

Vini del Trentino

CONSORZIO DI TUTELA



L'ATTRATTIVITÀ DEL VINO NELLA SCELTA DELLE METE TURISTICHE E IL RUOLO DEGLI ACQUISTI DIRETTI DI VINO DURANTE LE VACANZE/ESCURSIONI

Consorzio Tutela Vini del Trentino

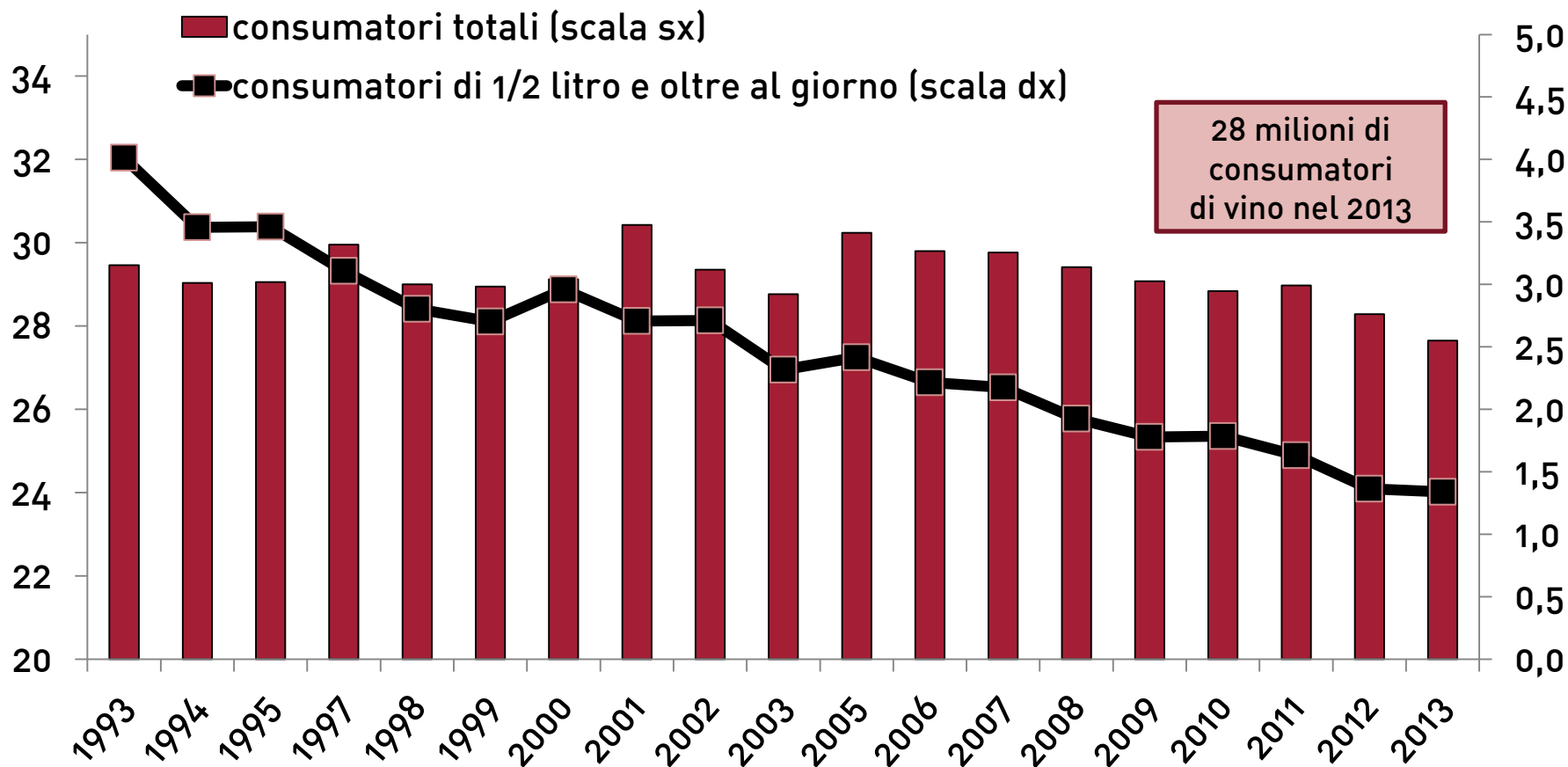
Dicembre 2014

www.winemonitor.it



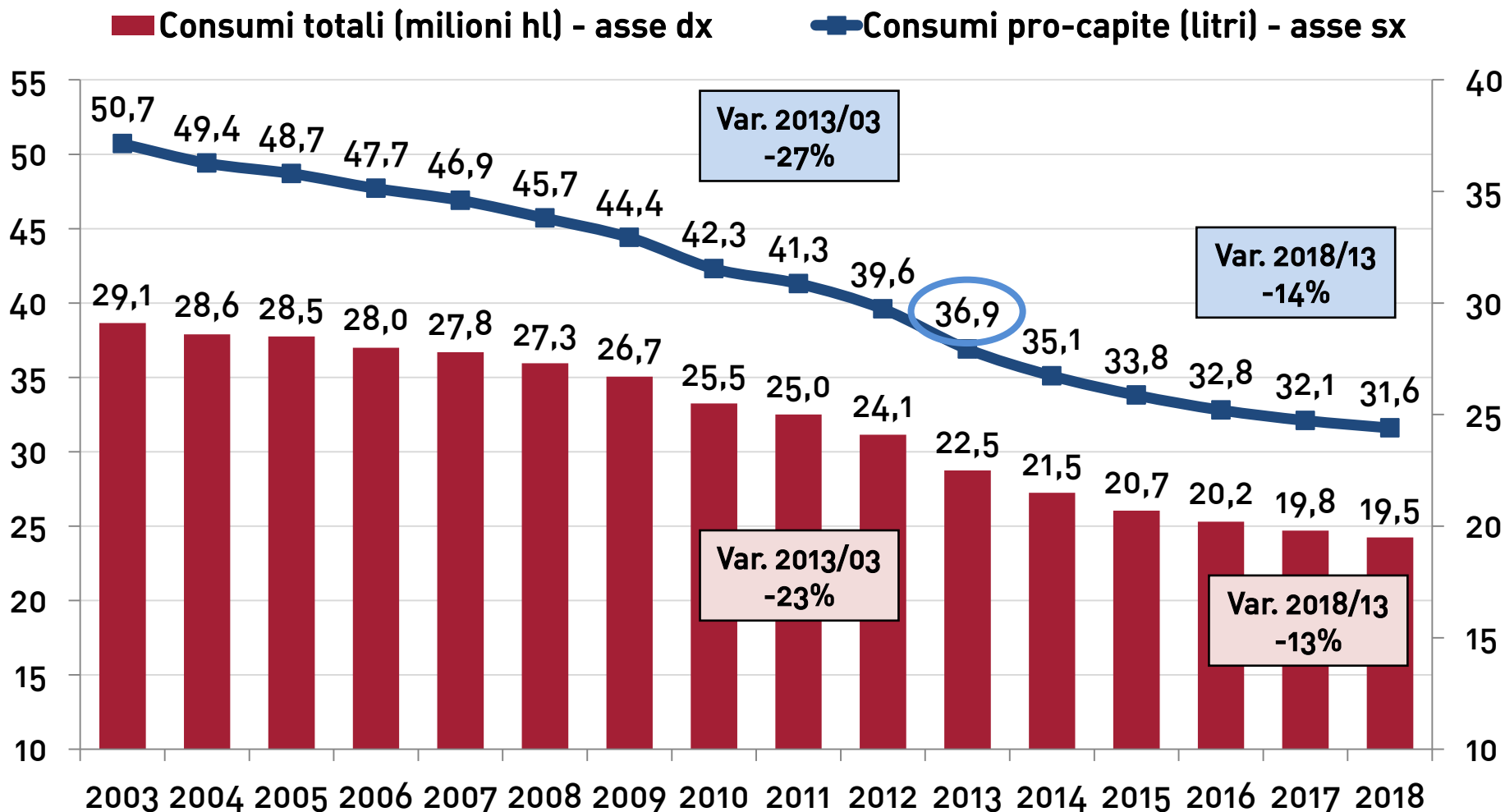
Le dinamiche del mercato interno

Trend dei consumatori di vino in Italia (milioni di persone)



**Calano i consumatori che bevono vino quotidianamente:
da 4 a 1,3 milioni negli ultimi 20 anni**

Consumi di vino totali e pro-capite: trend e previsioni



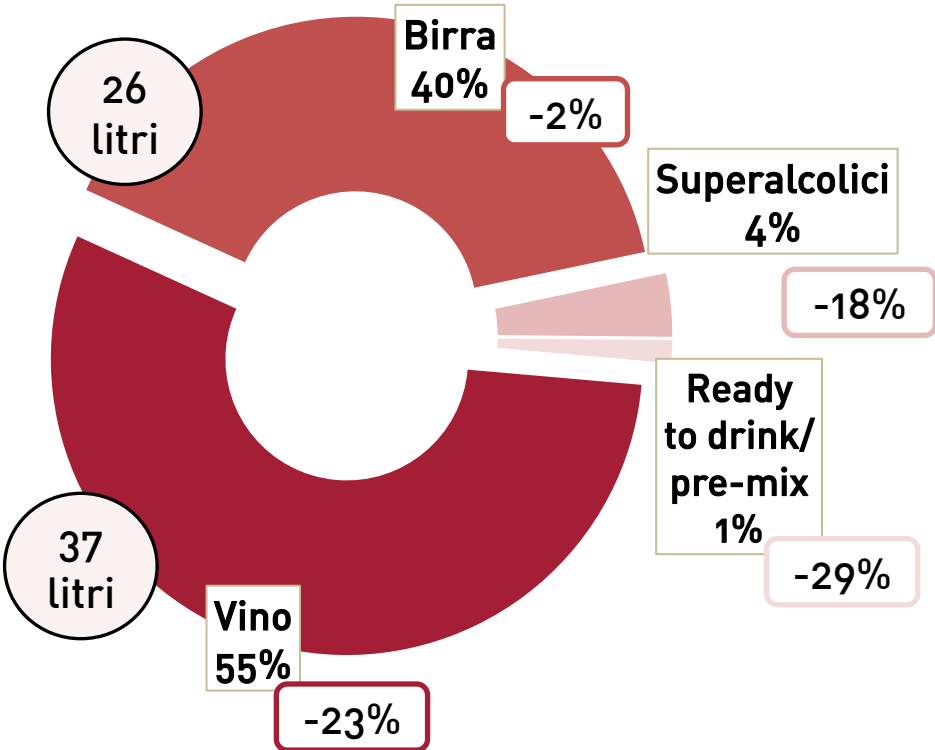
Consumi di bevande alcoliche: 2013 e previsioni

2013

(% su volumi consumati)

41 MLN ETTOLITRI

Var. % 13/03
-16%

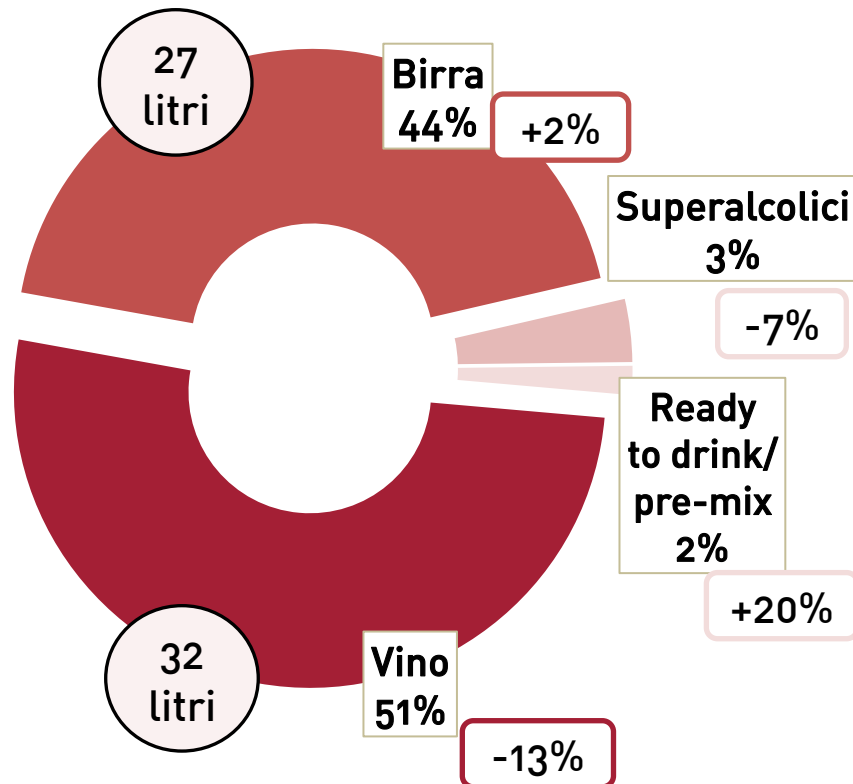


2018

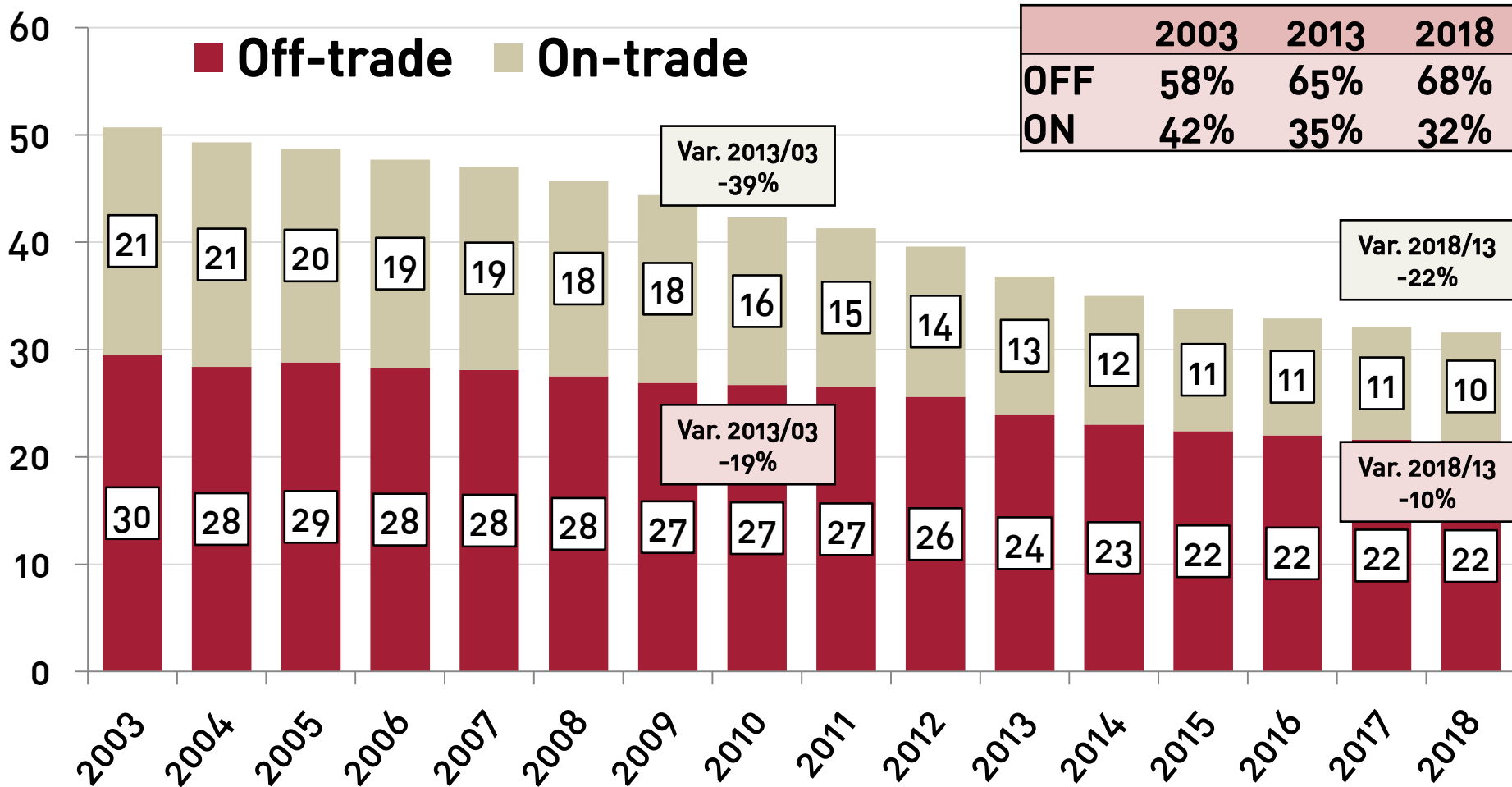
(% su volumi consumati)

38 MLN ETTOLITRI

Var. % 18/13
-7%

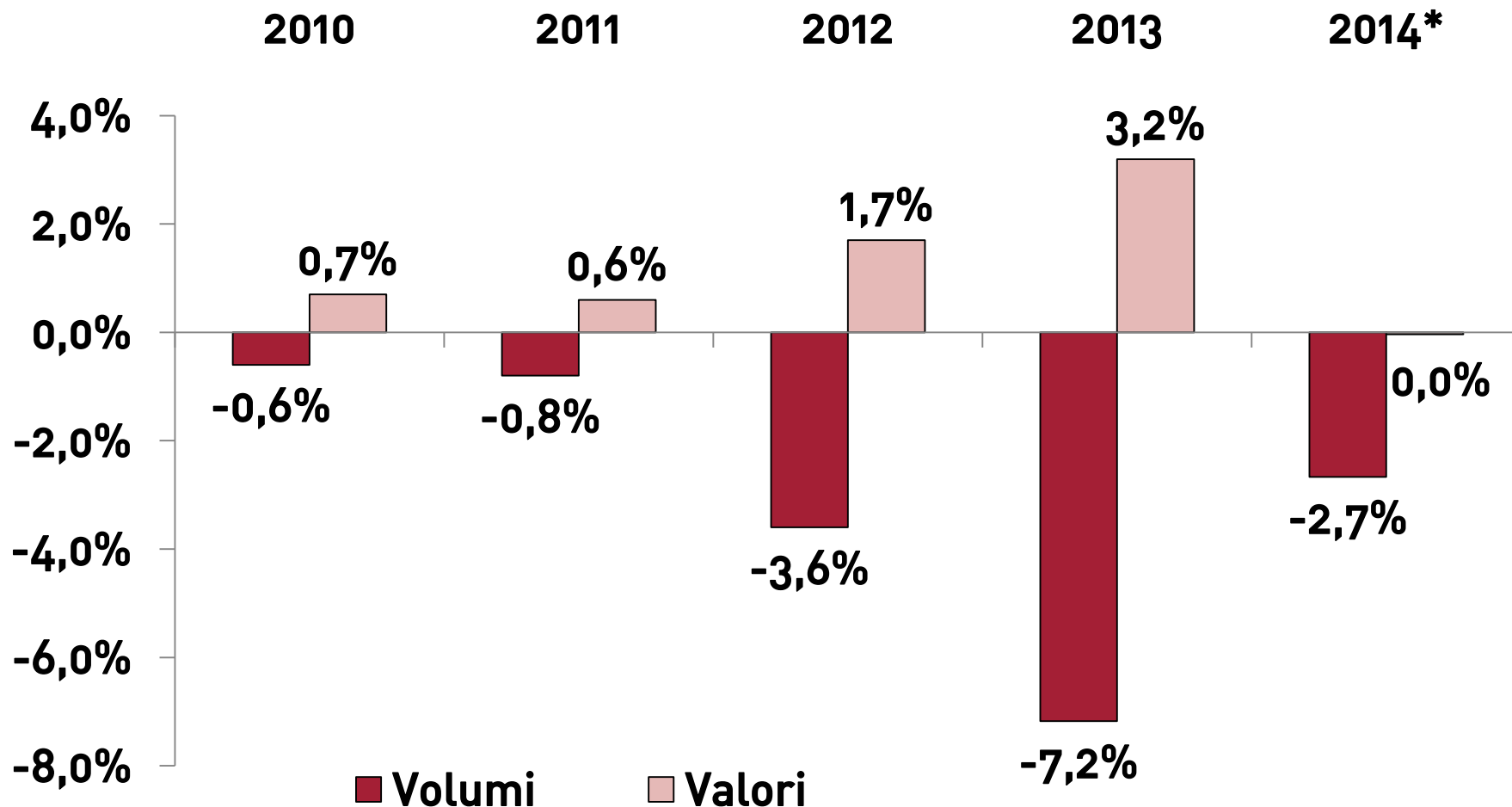


Consumi pro-capite di vino per canale: trend e previsioni



Soffrono soprattutto i consumi fuori casa...

Trend vendite di vino nella GDO (volumi e valori, var % su base annua)



...ma a risentirne è anche la Grande Distribuzione

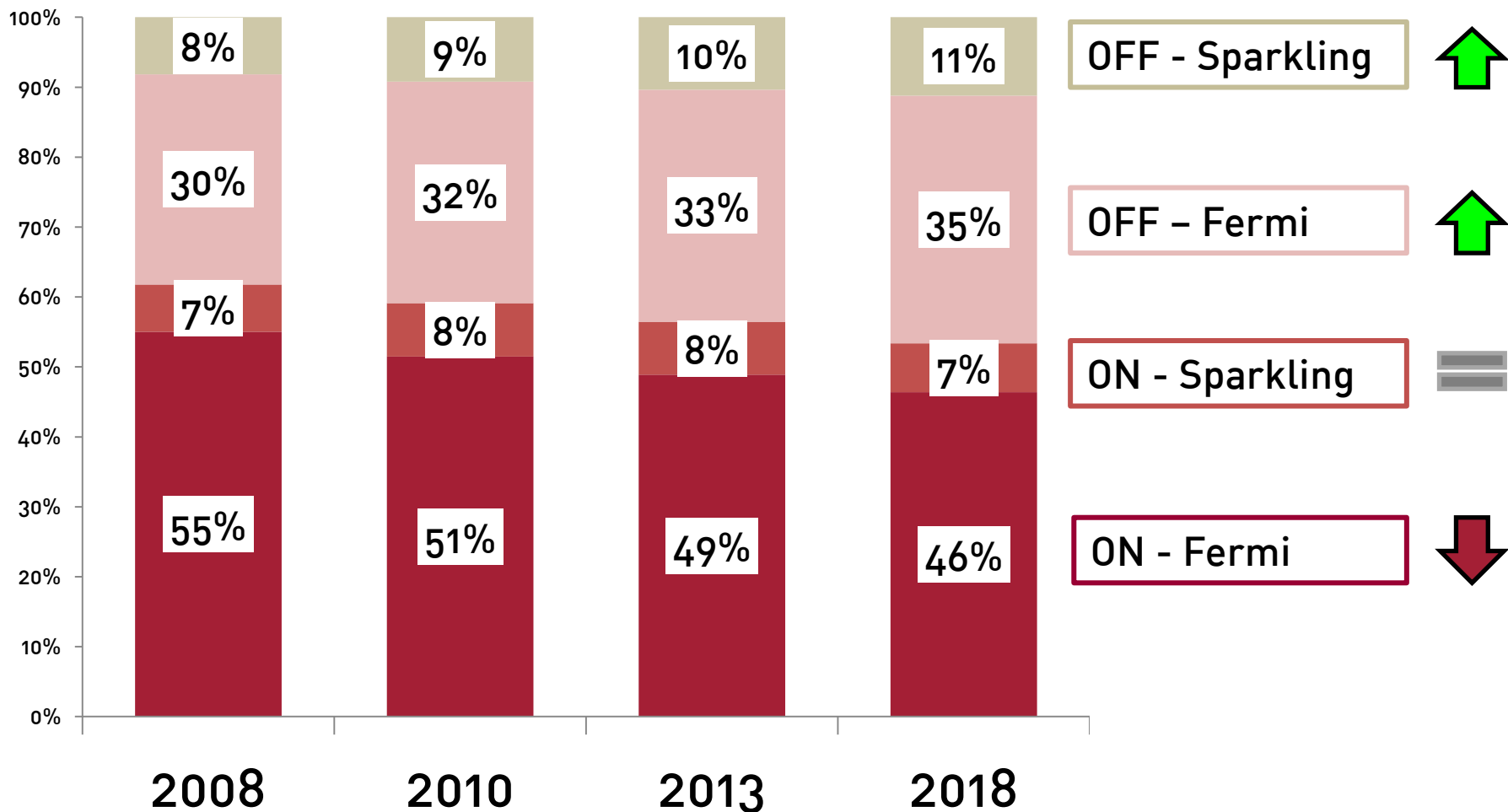
Vendite totali di vino a valore: off + on

Trend e previsioni (milioni €)

		2013	Var. % 2013/08	Var. % 2018/13
Vini spumanti	18%	2.312	12%	6%
Vini fermi		10.590	-10%	5%
<i>Vini rossi</i>	35%	4.630	-17%	-4%
<i>Vini rosati</i>	7%	980	11%	10%
<i>Vini bianchi</i>	38%	4.980	-7%	11%
Totale vino*		13.167	-7%	5%

«Tengono» solo spumanti e rosè, ma previsioni positive anche per i bianchi

Composizione delle vendite per canale e tipologia (% sui valori)



Ruolo dei canali distributivi nell'OFF TRADE (% sul volumi off-trade)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Grocery Retailers	92,1	92,1	92,0	91,9	91,8	91,8
Discount	7,0	8,2	8,7	8,8	9,1	9,3
Negozi specializzati	10,3	10,4	10,4	10,4	10,3	10,3
Iper/supermercati	37,5	38,4	38,9	39,4	39,3	39,4
Altri negozi	37,4	35,1	34,0	33,3	33,1	32,8
Non-Store Retailing	7,9	7,9	8,0	8,1	8,2	8,2
Vendita diretta	6,5	6,4	6,5	6,5	6,5	6,5
E-commerce	0,9	1,0	1,1	1,1	1,3	1,4
Altro	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cresce il ruolo di discount e GDO... e soffrono i «negozi di vicinato»

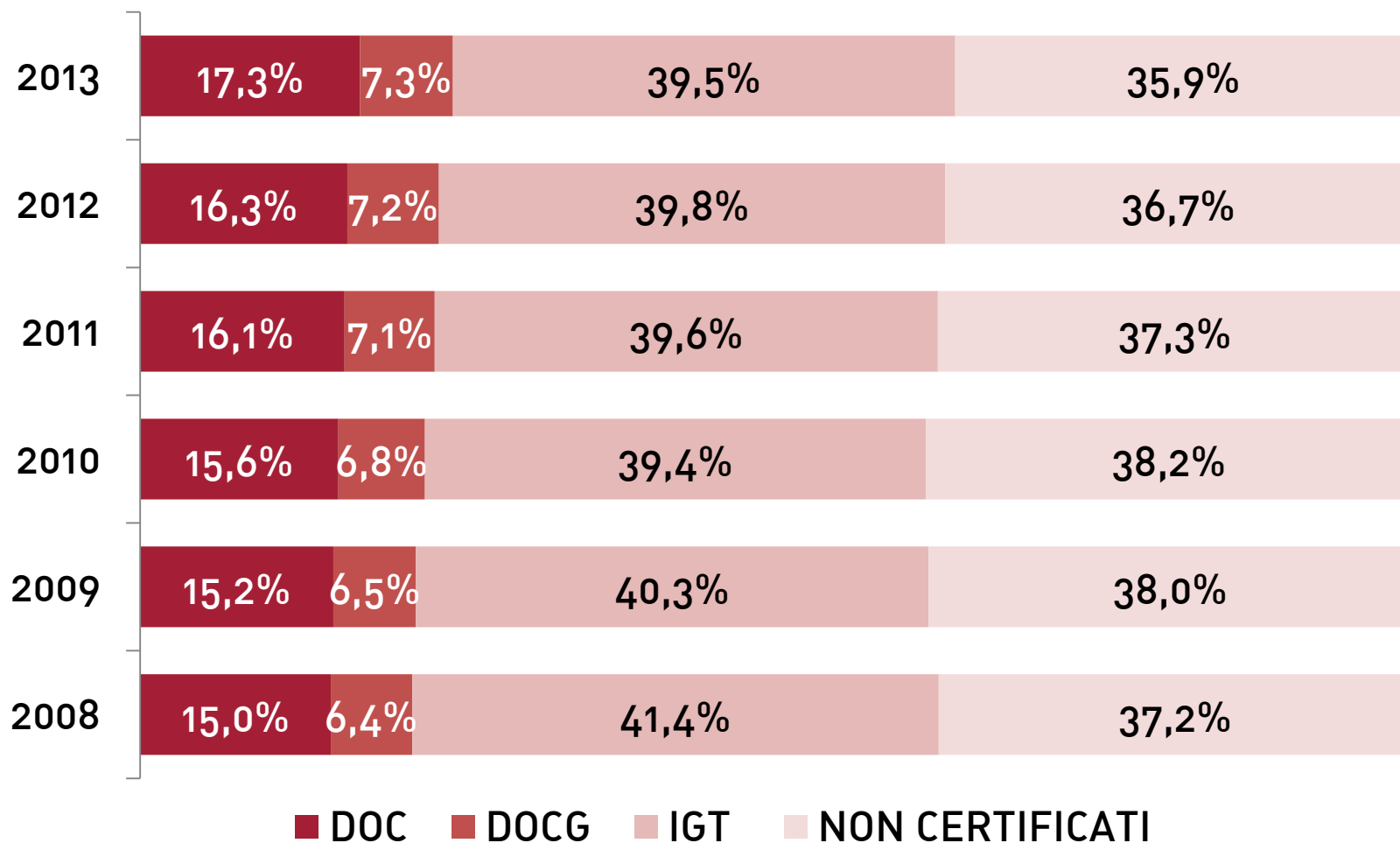
Vendite di vino rosso fermo per fasce di prezzo (% sul volume OFF TRADE)

FASCIA DI PREZZO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Sotto €0,99	12,6	13,3	13,1	12,9	12,7	12,2	↓
€1,00 - €1,99	25,8	26,6	26,7	26,7	27,0	26,9	↑
€2,00 - €2,99	27,0	26,5	26,0	25,5	25,2	25,3	↓
€3,00 - €4,99	26,7	25,5	26,2	26,7	26,9	27,0	↑
Sopra €5,00	7,9	8,0	8,0	8,1	8,3	8,6	↑
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

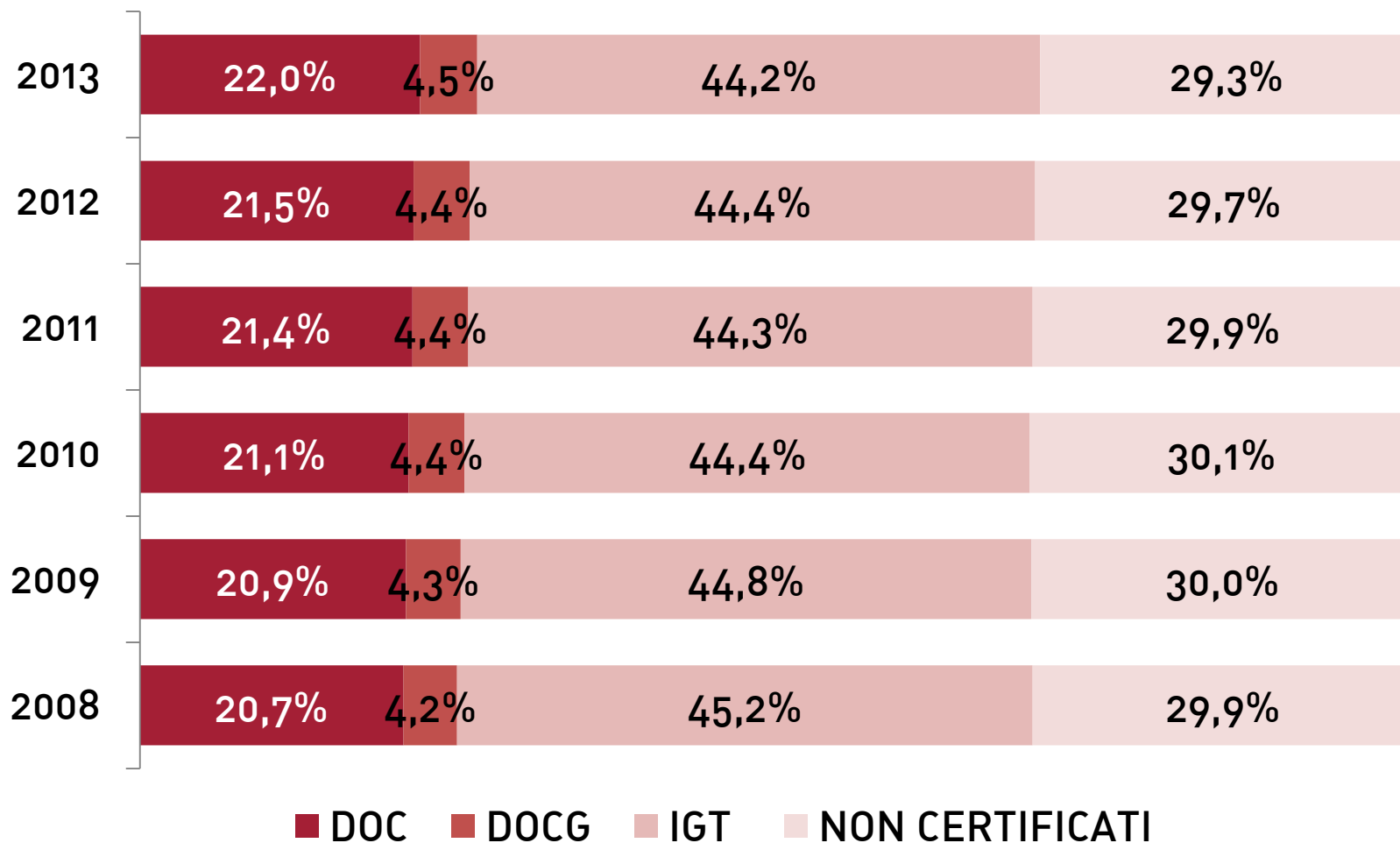
Vendite di vino bianco fermo per fasce di prezzo (% sul volume OFF TRADE)

FASCIA DI PREZZO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Sotto €0,99	12,1	12,4	12,4	12,3	12,2	12,1	≡
€1,00 - €1,99	29,2	29,4	29,4	29,4	29,5	29,2	≡
€2,00 - €2,99	27,6	26,6	26,4	26,3	26,1	26,3	↓
€3,00 - €4,99	22,7	22,6	22,8	22,8	22,9	23,0	↑
Sopra €5,00	8,4	9,0	9,1	9,2	9,3	9,3	↑
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Trend delle vendite di vino rosso fermo per denominazione (% sui volumi)



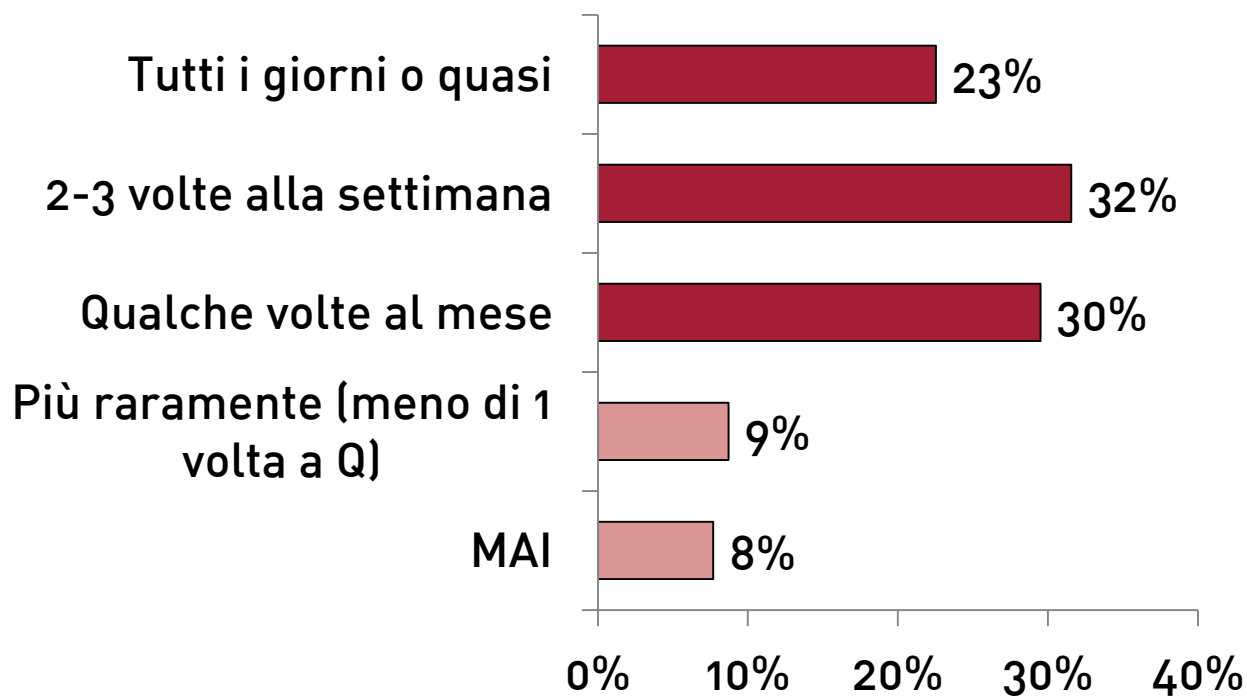
Trend delle vendite di vino bianco fermo per denominazione (% sui volumi)



I comportamenti di consumo

Consumo di vino: tasso di penetrazione (2014)

I quadrimestre 2014 - considerando sia i consumi di vino in casa che fuori casa, con che frequenza ha bevuto vino?



popolazione over 18 ha avuto almeno una occasione di consumo di vino nel I Q 2014

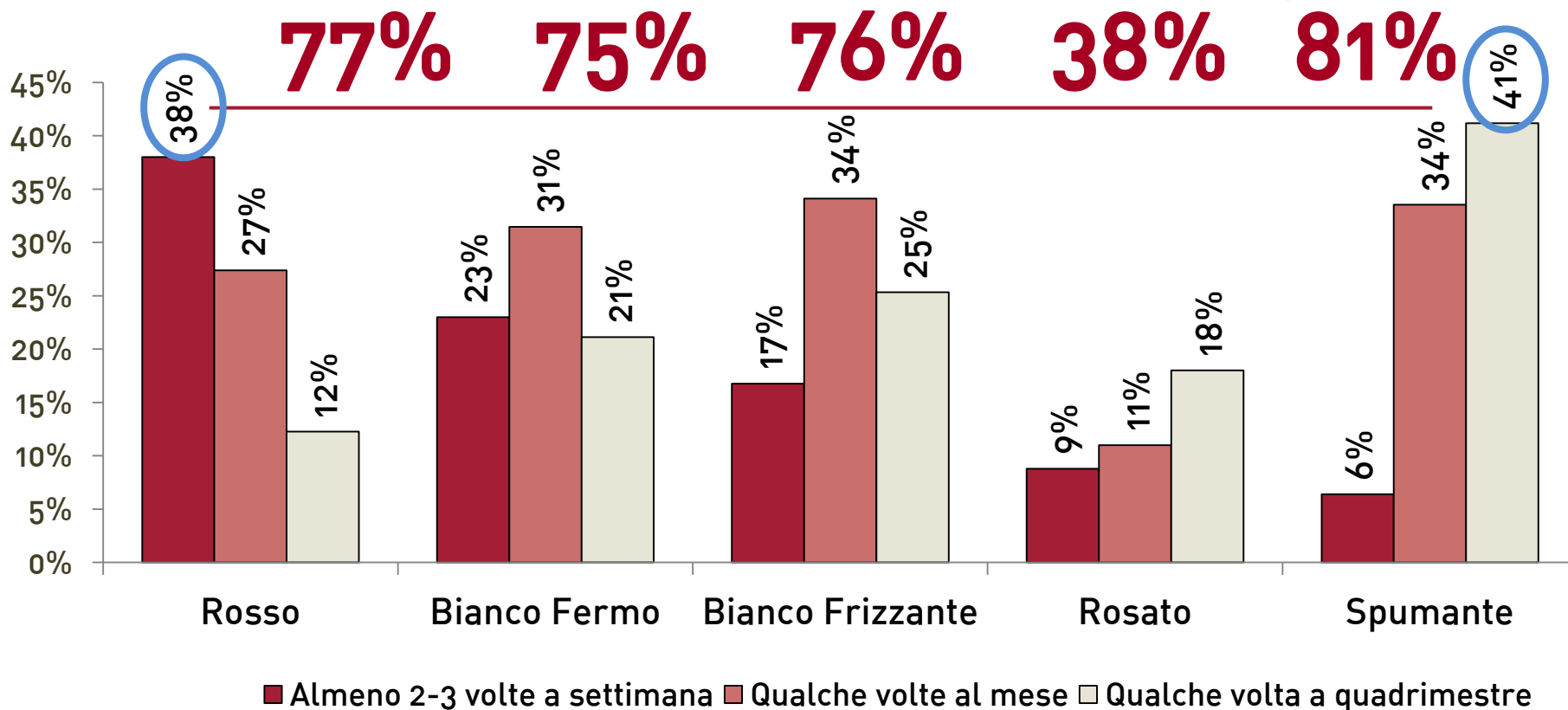
83%

44 milioni di consumatori di vino

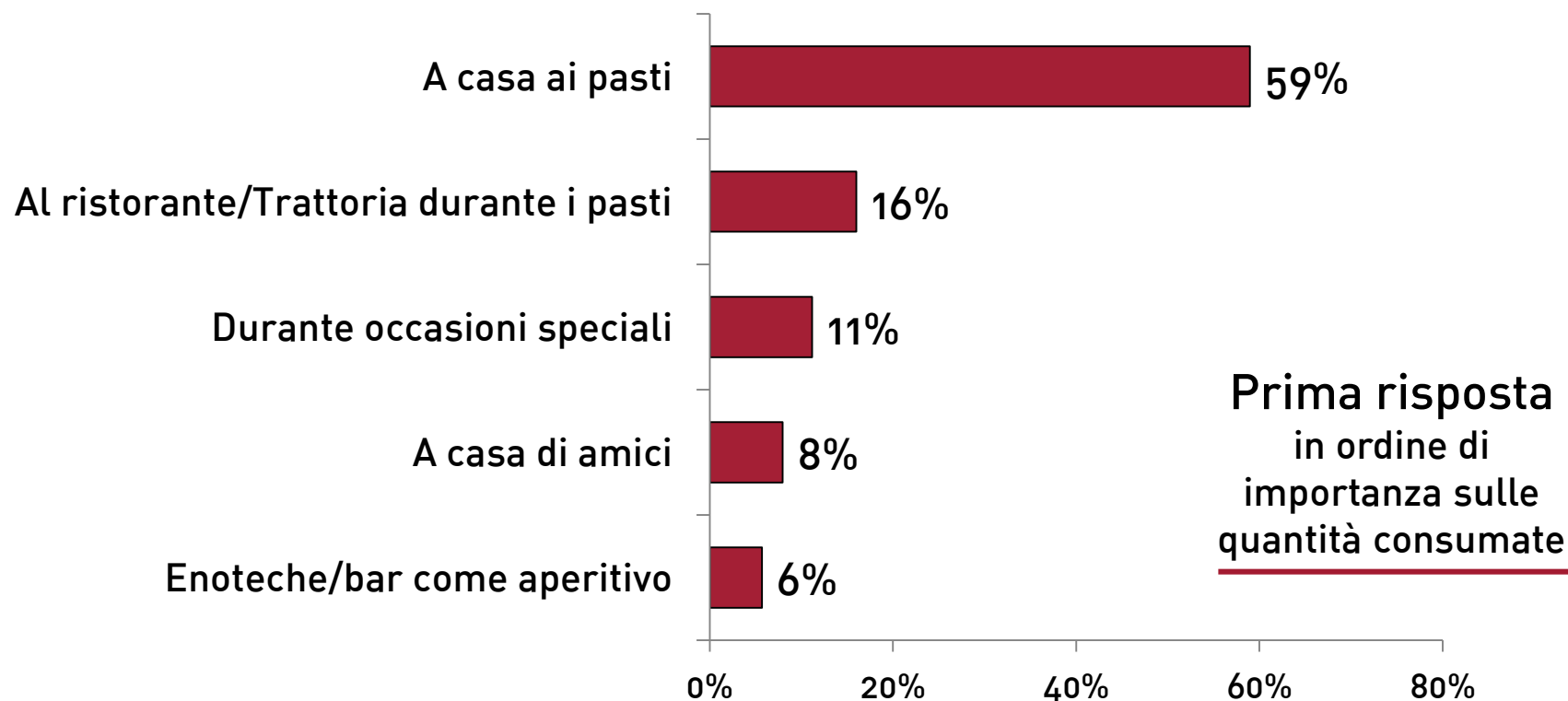
Consumo di vino: frequenza di consumo per tipologia (2014)

I Q 2014 - con quale frequenza ha bevuto le diverse tipologie di vino?

Tasso di penetrazione per tipologia
% pop over 18 che ha bevuto la tipologia di vino nel I Q 2014

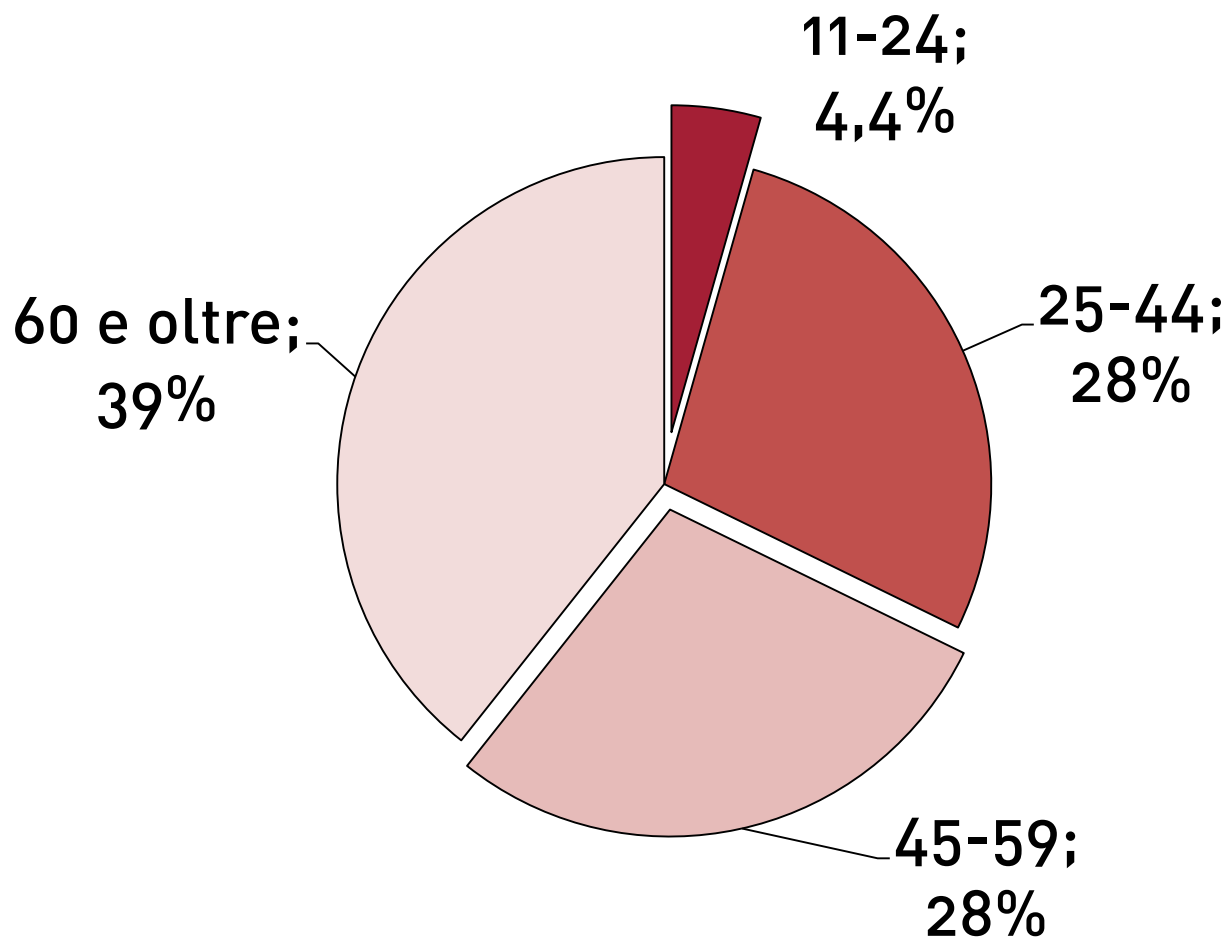


I Q 2014 - ha bevuto vino soprattutto ...

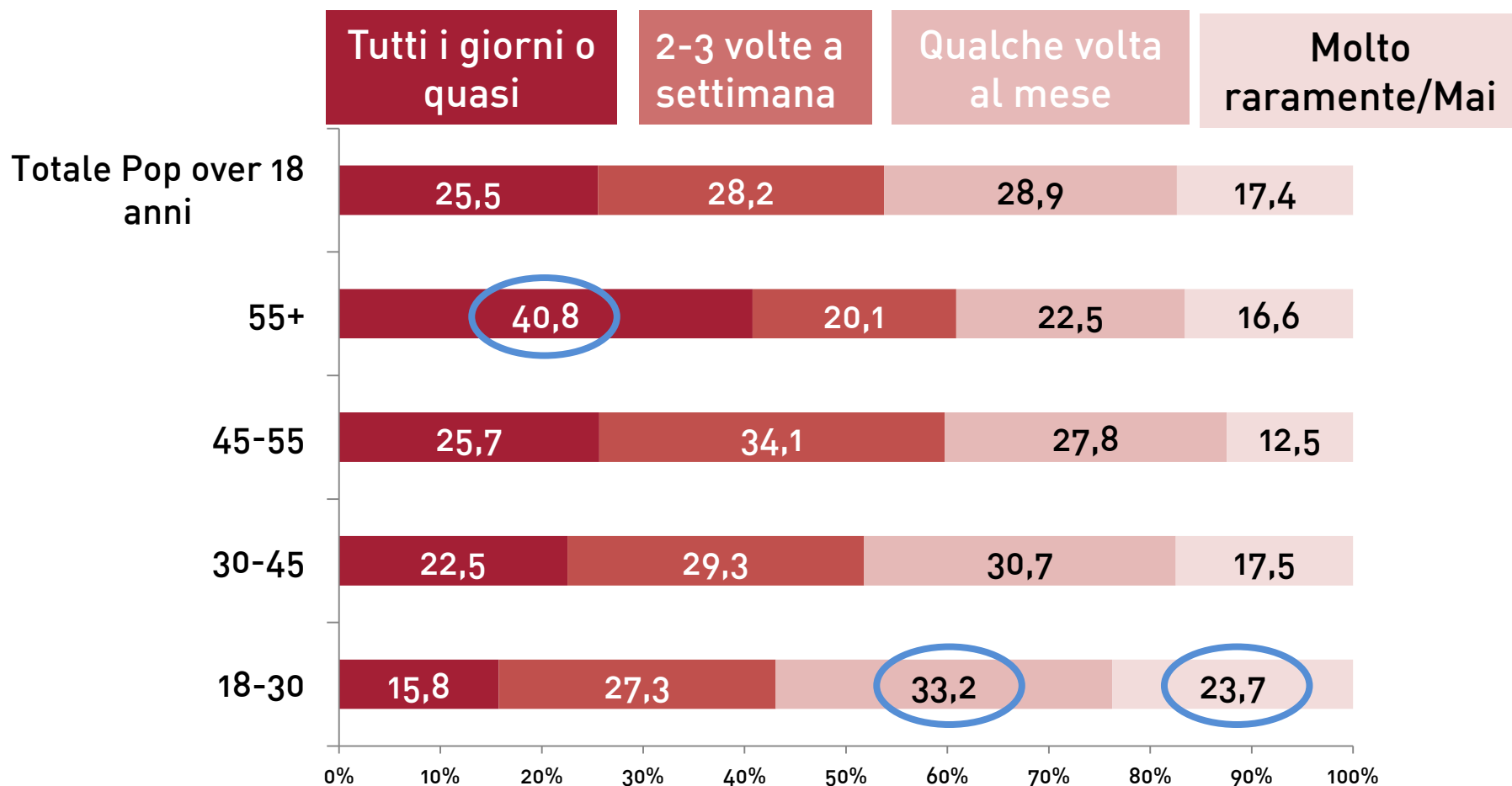


L'importanza dei consumi «at home»

«Quote di mercato» dei consumi di vino a volume per fascia di età (2012)



Consumo di vino: frequenza di consumo per classi di età (2014)



La frequenza di consumo si riduce al diminuire dell'età

Consumi di vino: quantità bevute settimanalmente per fascia di età (2014)

N° medio di bicchieri a settimana

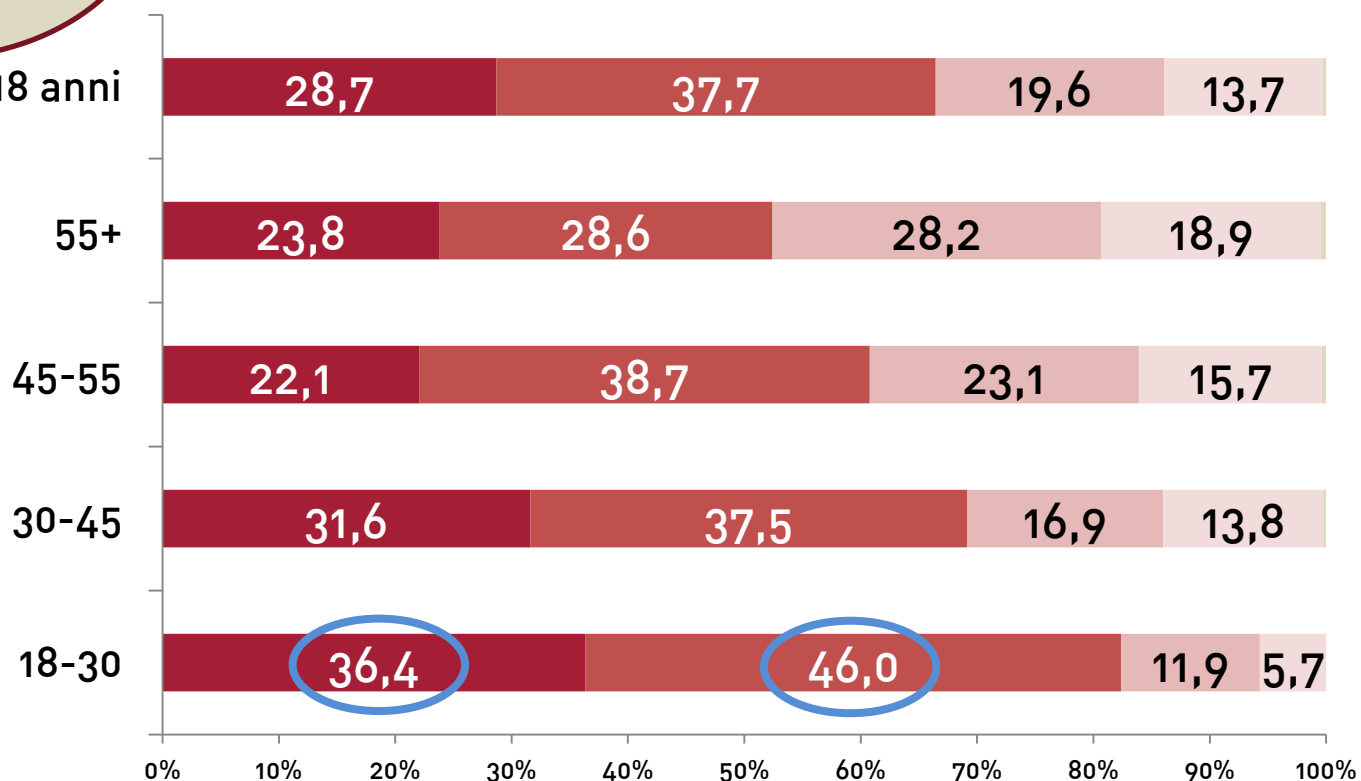
Non più di 1 bicchiere

2-4 bicchieri

4-7 bicchieri

Oltre 7 bicchieri

Totale Pop over 18 anni



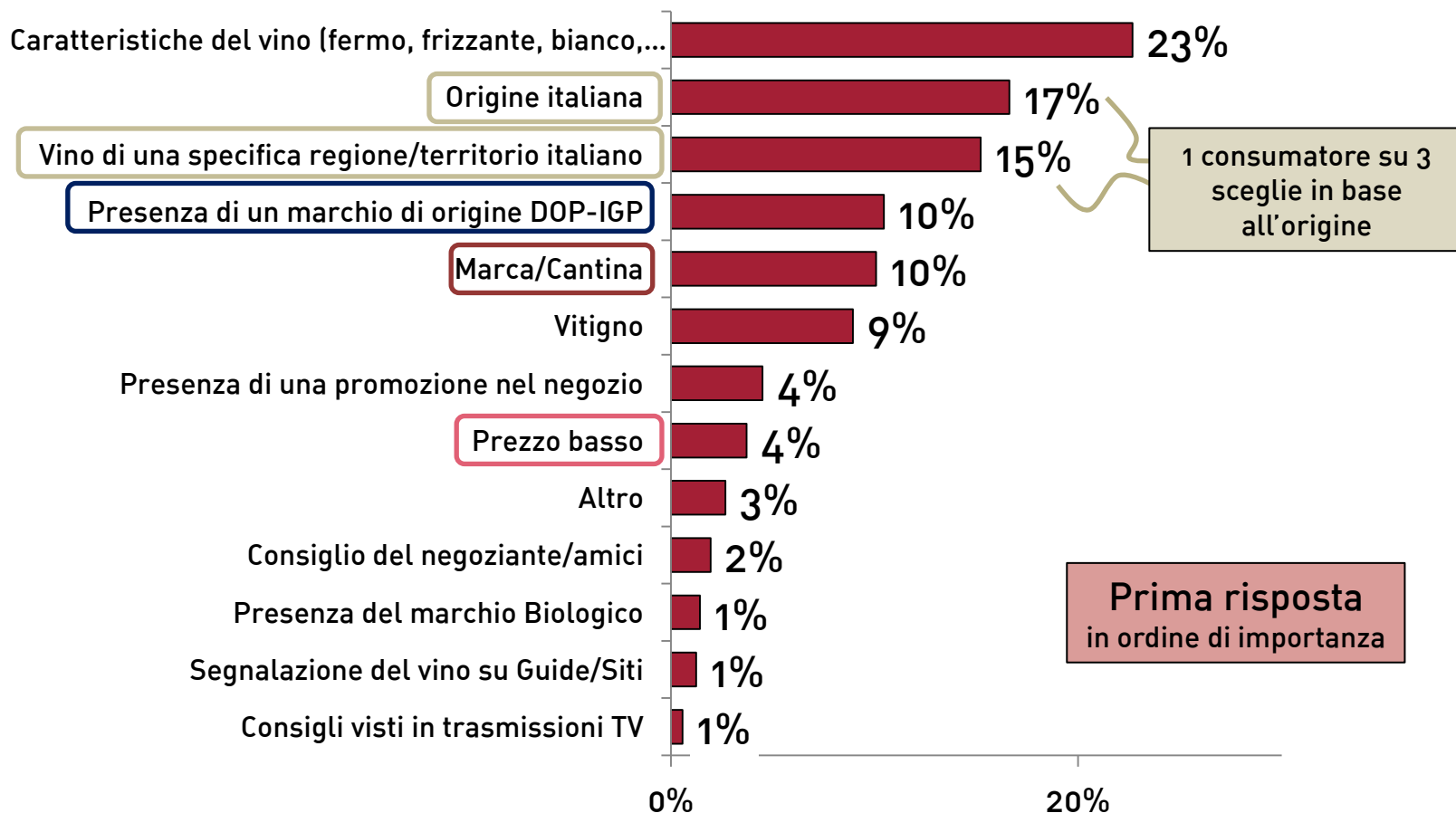
Consumo di vino: abitudini di consumo per classi di età (2014)

Nel IQ 2014 ha bevuto vino soprattutto..	18-30	30-45	45-55	55+	Totale Pop (over 18 anni)
A casa ai pasti	40,2	55,0	67,6	74,6	59,0
Al ristorante/Trattoria durante i pasti	20,0	18,5	13,6	10,3	16,0
Enotecche/bar come aperitivo	14,5	6,4	1,1	1,4	5,7
A casa di amici	9,0	9,0	8,5	4,2	8,0
Durante occasioni speciali (compleanni, feste ...)	16,3	10,8	8,9	9,5	11,2
Altro	0,0	0,3	0,3	-	0,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

I giovani associano il consumo di vino soprattutto ad occasioni fuori casa

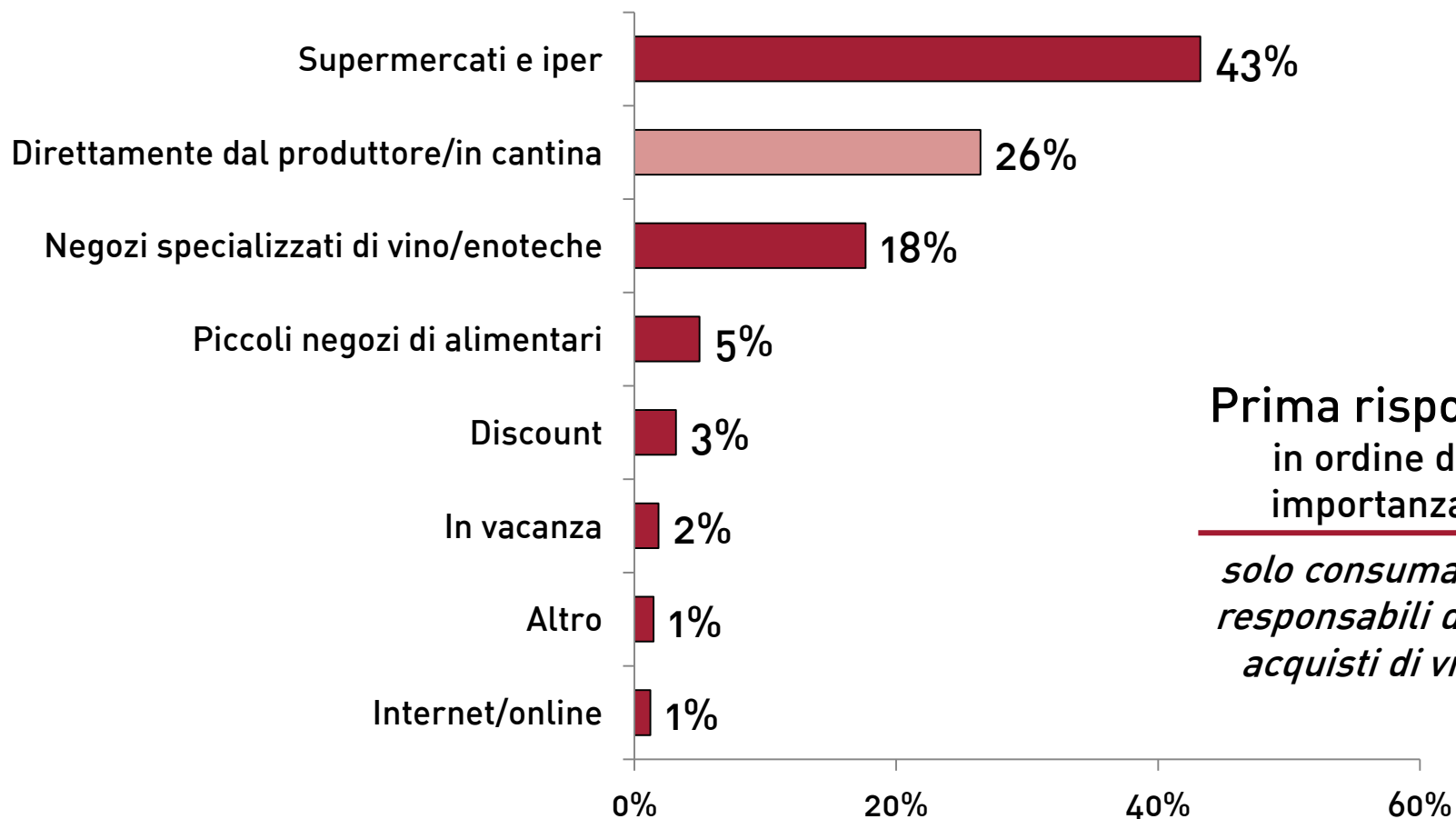
Comportamenti di acquisto: criteri di scelta del vino (2014)

Quando compra i VINI per sé e la sua famiglia sceglie soprattutto in base a:



Comportamenti di acquisto: canali di acquisto del vino (2014)

Dove acquista abitualmente il vino?

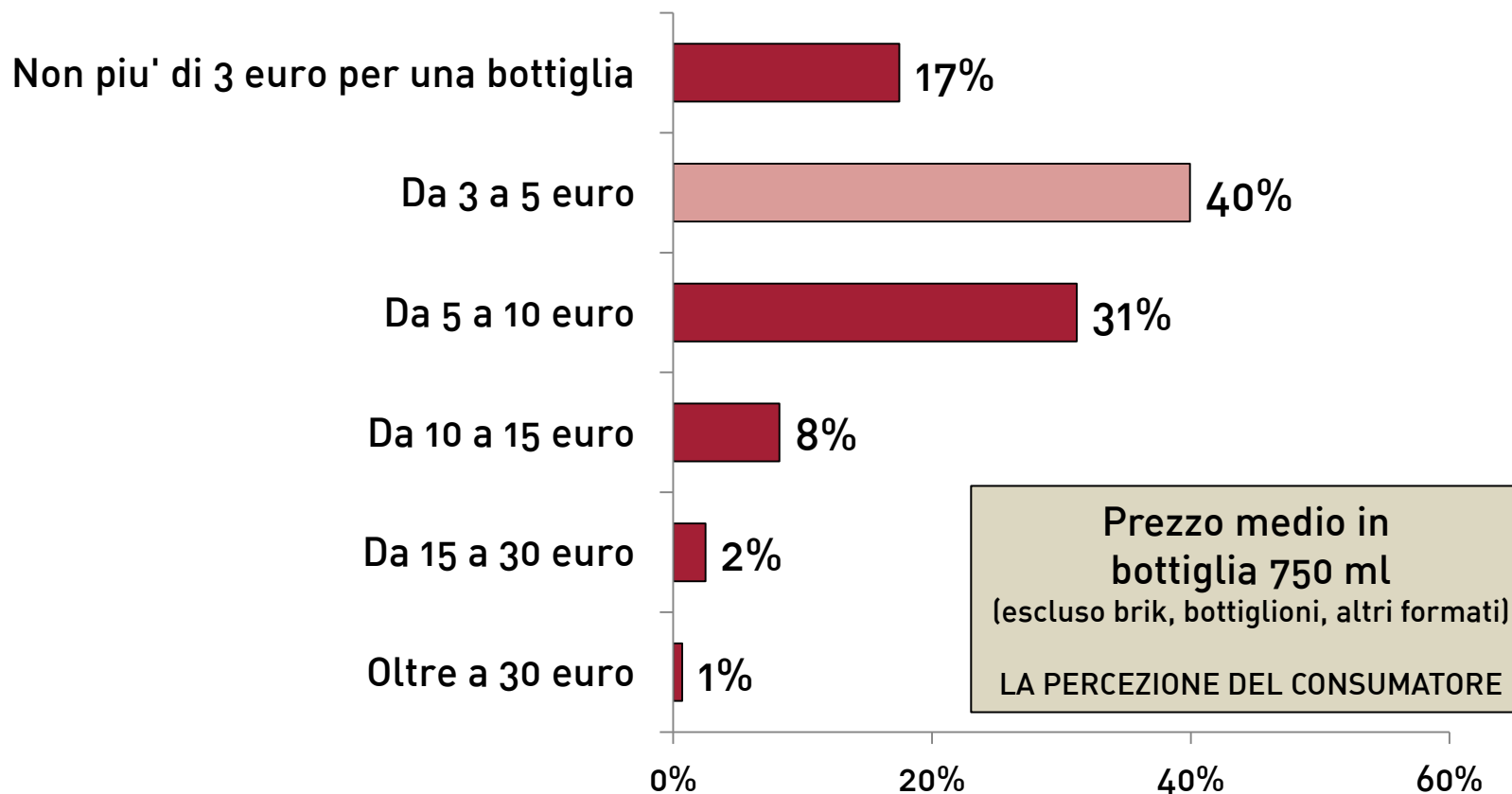


**Prima risposta
in ordine di
importanza**

*solo consumatori
responsabili degli
acquisti di vino*

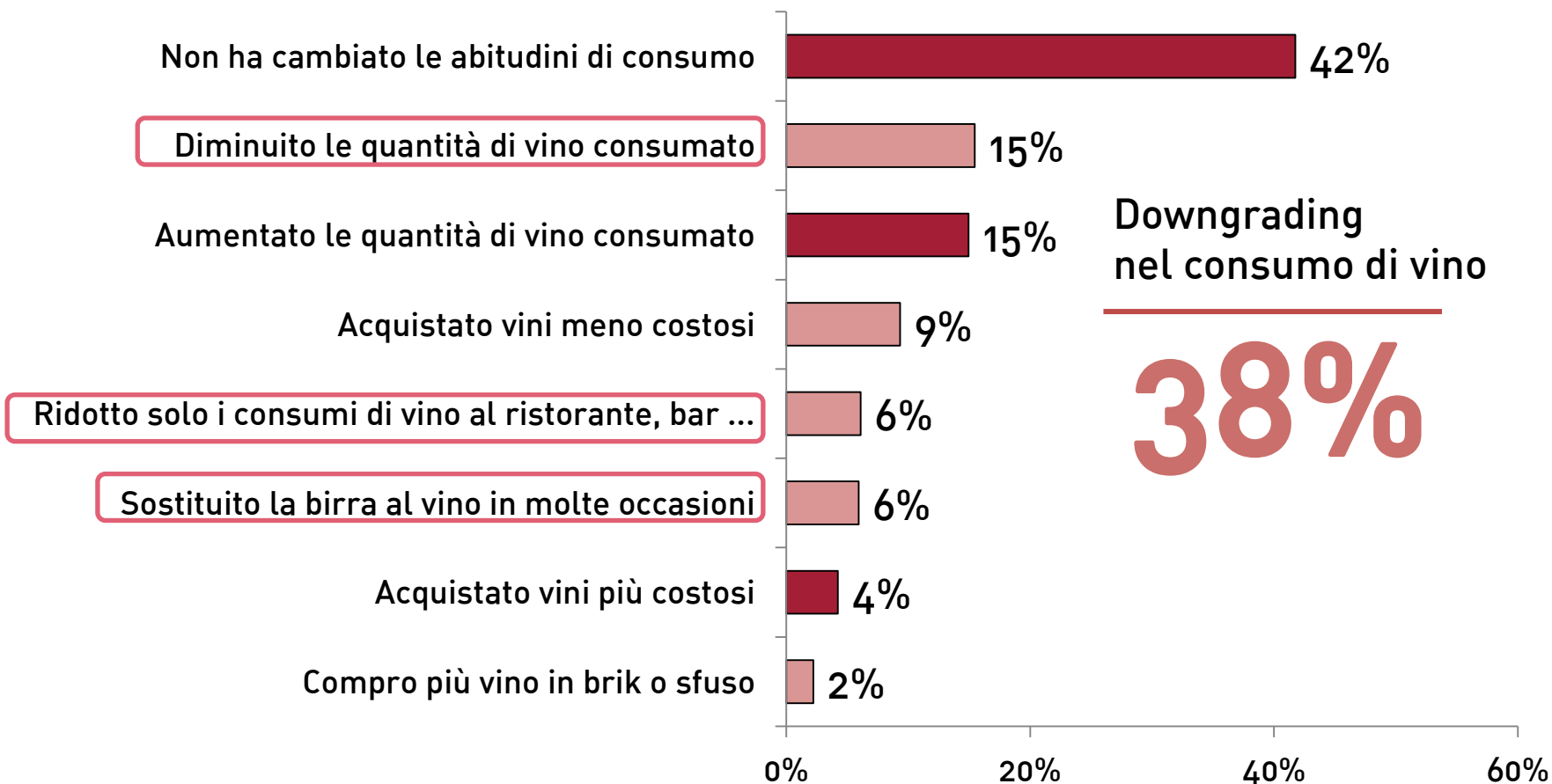
Comportamenti di acquisto: prezzo medio per una bottiglia 750 ml (2014)

Per una bottiglia di vino da 750 ml ha speso mediamente ...



Trend nei consumi: abitudini di consumo di vino negli ultimi 2-3 anni/1

In generale, negli ultimi 2-3 anni Lei ha ...



Trend nei consumi: abitudini di consumo di vino negli ultimi 2-3 anni/2

Nel 2010 sono diventate più rigide le norme per la guida in stato di ebbrezza e per la somministrazione di alcolici nei locali pubblici.

Per via di queste nuove norme Lei ha ...

Mantenuto costante il consumo di vino

49%

Diminuito il consumo di vino fuori casa

34%

Non bevo vino

7%

Aumentato il consumo di vino a casa

5%

Altro

4%

NR

1%

0%

20%

40%

60%

Consumo di vino biologico: tasso di penetrazione (2014)

Marzo 2013

2%

Italiani over 18 ha avuto almeno una occasione di consumo di vino BIO

Marzo 2014

6,4%

Italiani over 18 che in almeno una occasione hanno acquistato una bottiglia di vino BIO certificato in negozi

5,2%

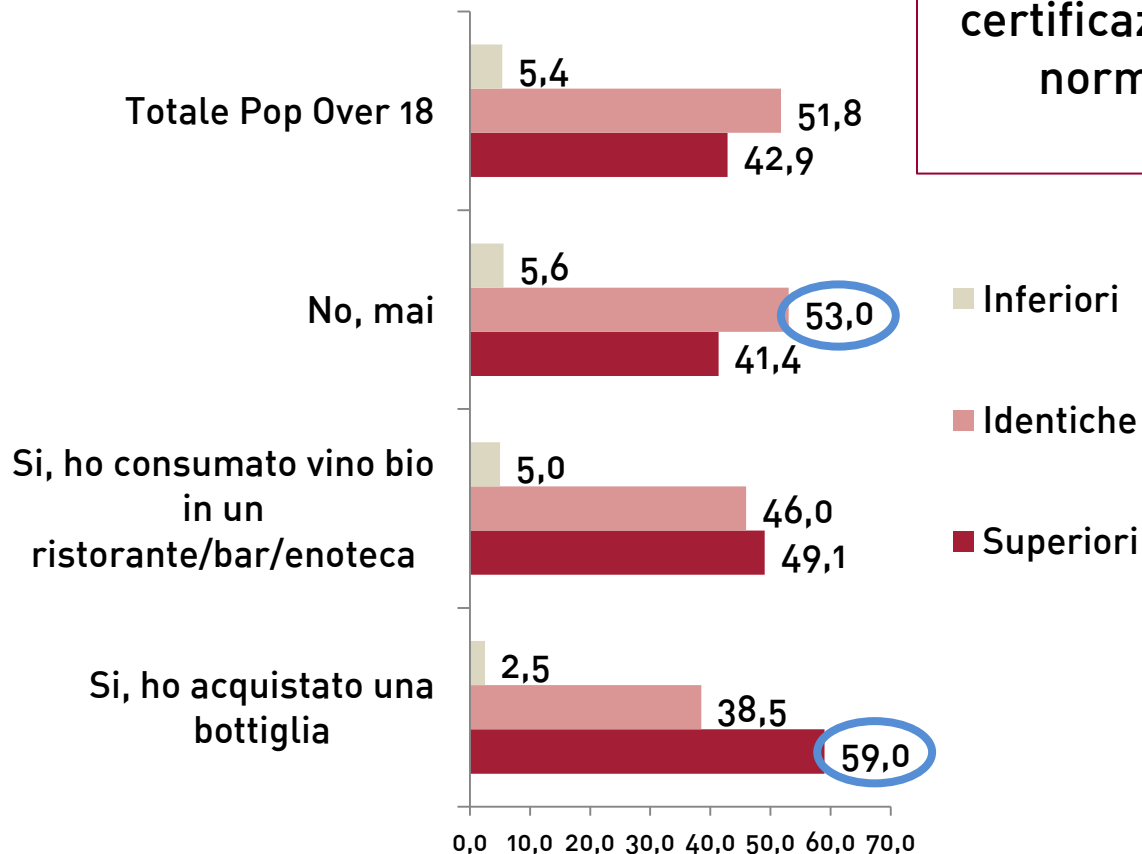
Italiani over 18 che in almeno una occasione hanno consumato vino BIO certificato in ristoranti/enoteche

Tasso di penetrazione
(almeno 1 occasione di consumo nell'ultimo anno)

11,6%

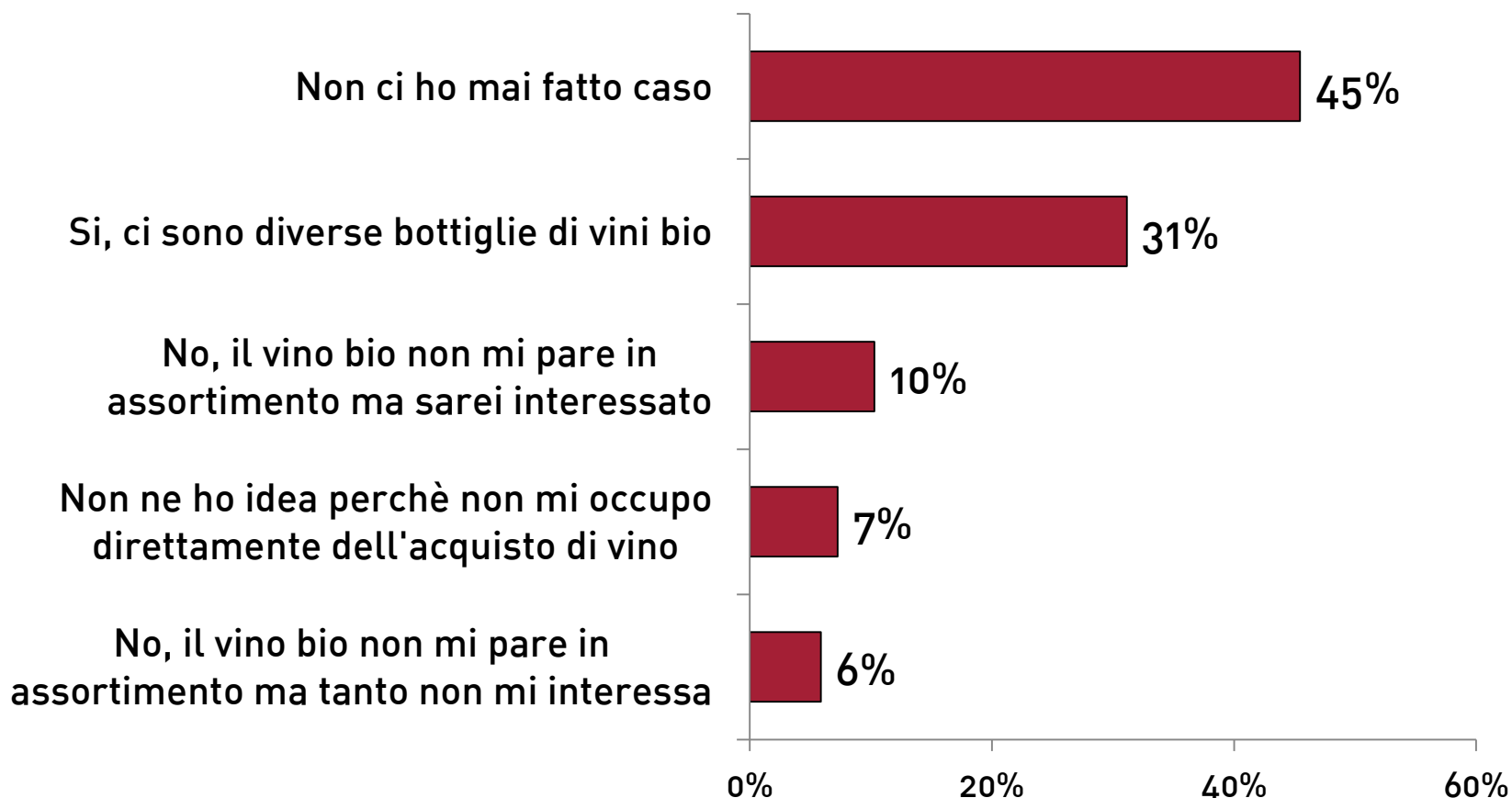
Percezione sulla qualità del vino BIO rispetto al vino convenzionale

Secondo Lei il vino con marchio di certificazione biologica, rispetto ai vini normali (convenzionali), per Lei ha qualità...

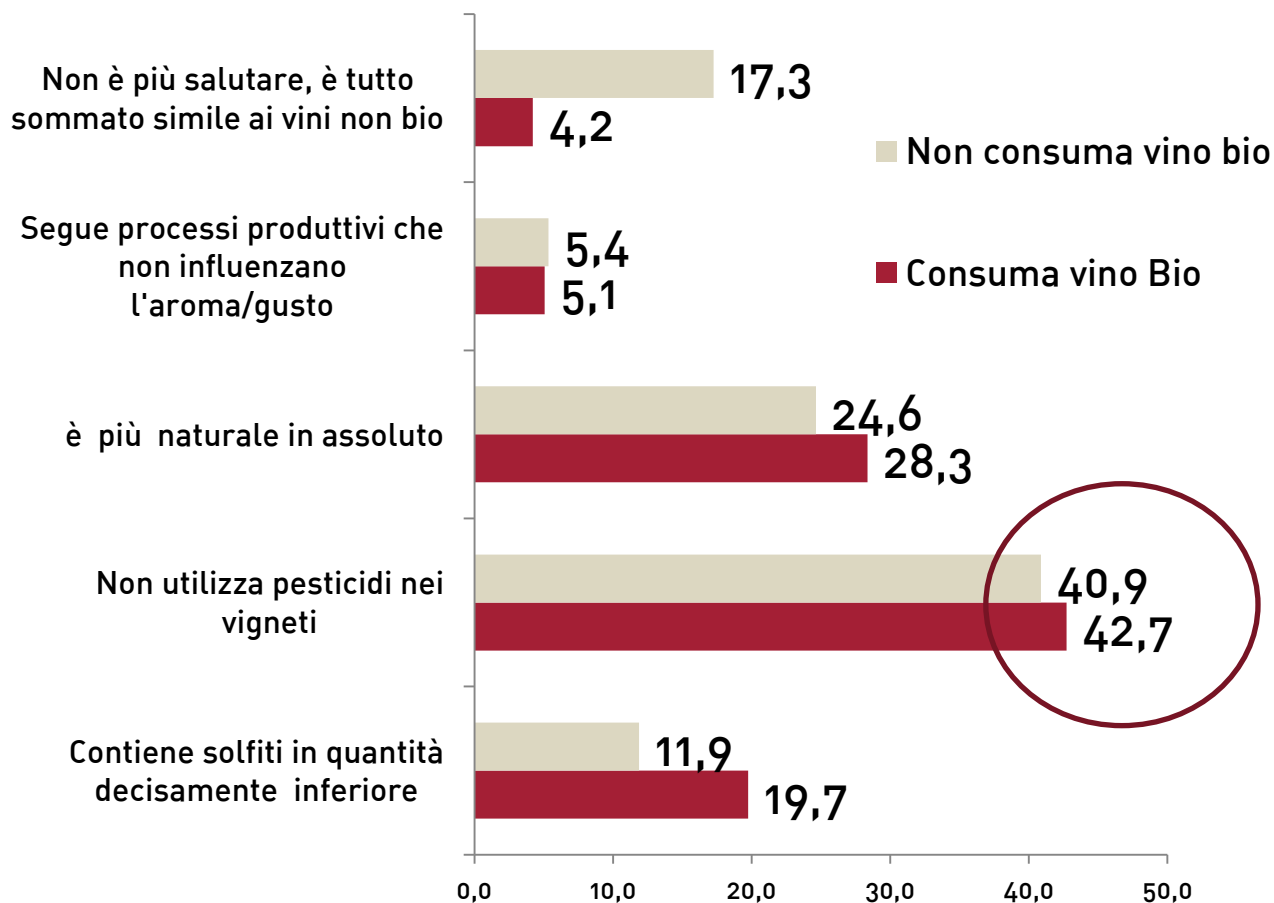


Percezione sulla presenza del vino BIO nei punti vendita

Nei punti vendita che frequenta abitualmente, le è capitato di vedere negli scaffali vini con marchio di certificazione biologica?



Il vino bio, rispetto ai vini non biologici, per Lei è più salutare perché ...



L'indagine Wine Monitor su turisti ed escursionisti in Trentino

- > **Campione** composto da due componenti:
 - 1) turisti che negli ultimi 2/3 anni si sono recati in Trentino o in altre località delle Dolomiti;
 - 2) escursionisti che per motivi ludico-ricreativi hanno effettuato negli ultimi 2/3 anni gite in giornata in una località del Trentino.
- > La componente turistica è stata individuata consultando un campione di intervistati su tutto il territorio nazionale mentre gli escursionisti sono stati selezionati tra soggetti appartenenti ad un'area gravitazionale di circa 150-200 km da Trento.
- > **Numerosità del campione**: 1.397 interviste, tra cui 450 Escursionisti e Turisti che negli ultimi 2/3 anni si sono recati in una località del Trentino ;
- > **Questionario**: strutturato a prevalente risposta chiusa con durata media non superiore a 10 minuti;
- > **Somministrazione**: modalità CAWI.

L'indagine su turisti delle Dolomiti e sugli escursionisti in Trentino ha consentito di individuare:

- Motivazioni delle scelte delle destinazioni di vacanze/escursioni e misurazione dell'importanza della componente enoica;
- Strumenti informativi adottati per la scelta delle mete di vacanze/escursioni;
- Attrattività della presenza di strade dei vini e dei sapori;
- Mappa valoriale percepita per il territorio del Trentino;
- Conoscenza spontanea/assistita dei vini del Trentino;
- Incidenza di soggetti che hanno acquistato vino negli esercizi commerciali e identificazione delle tipologie di vino acquistate;
- Incidenza di soggetti che hanno consumato vino nei pubblici esercizi e identificazione delle tipologie di vino consumate;
- Incidenza di soggetti che hanno acquistato vino direttamente presso le aziende vitivinicole del territorio trentino e identificazione delle tipologie di vino acquistate;
- Motivazioni dell'acquisto/non acquisto di vino trentino.

Il bacino di utenza

Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi per provenienza (2013)

3,4
mln
persone

3,3%
Tot
Italia

5,1
mln
persone

INCLUSO SECONDE CASE
E ALLOGGI PRIVATI

+71%
Rispetto
al 1990

ALBERGHI ED ESERCIZI COMPLEMENTARI

Valore assoluto Percentuale

ARRIVI

Italiani

2.082.044

60,3%

Stranieri

1.368.576

39,7%

PRESENZE

Italiani

9.116.320

58,9%

Stranieri

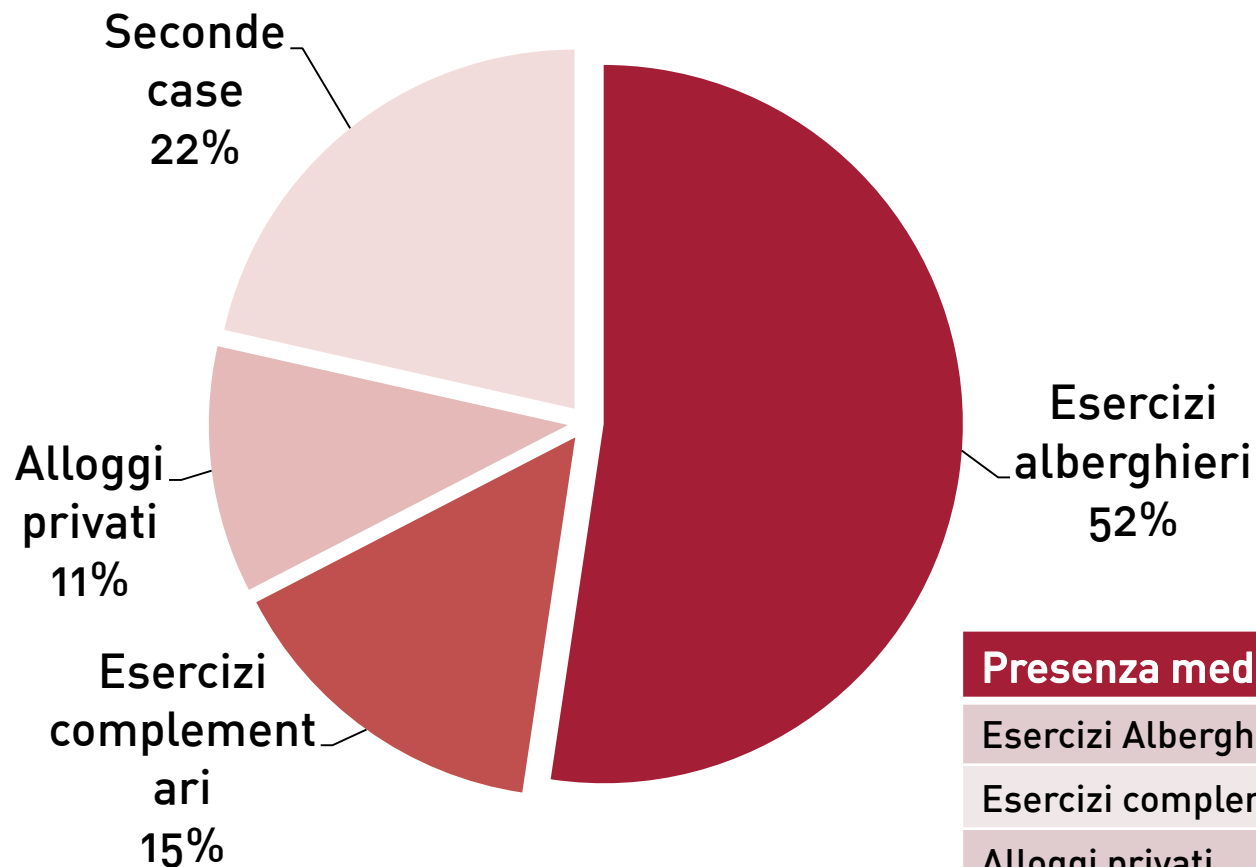
6.366.262

41,1%

~16
mln
pernotta
menti

Fonte: Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento



Arrivi in provincia di Trento (2013)



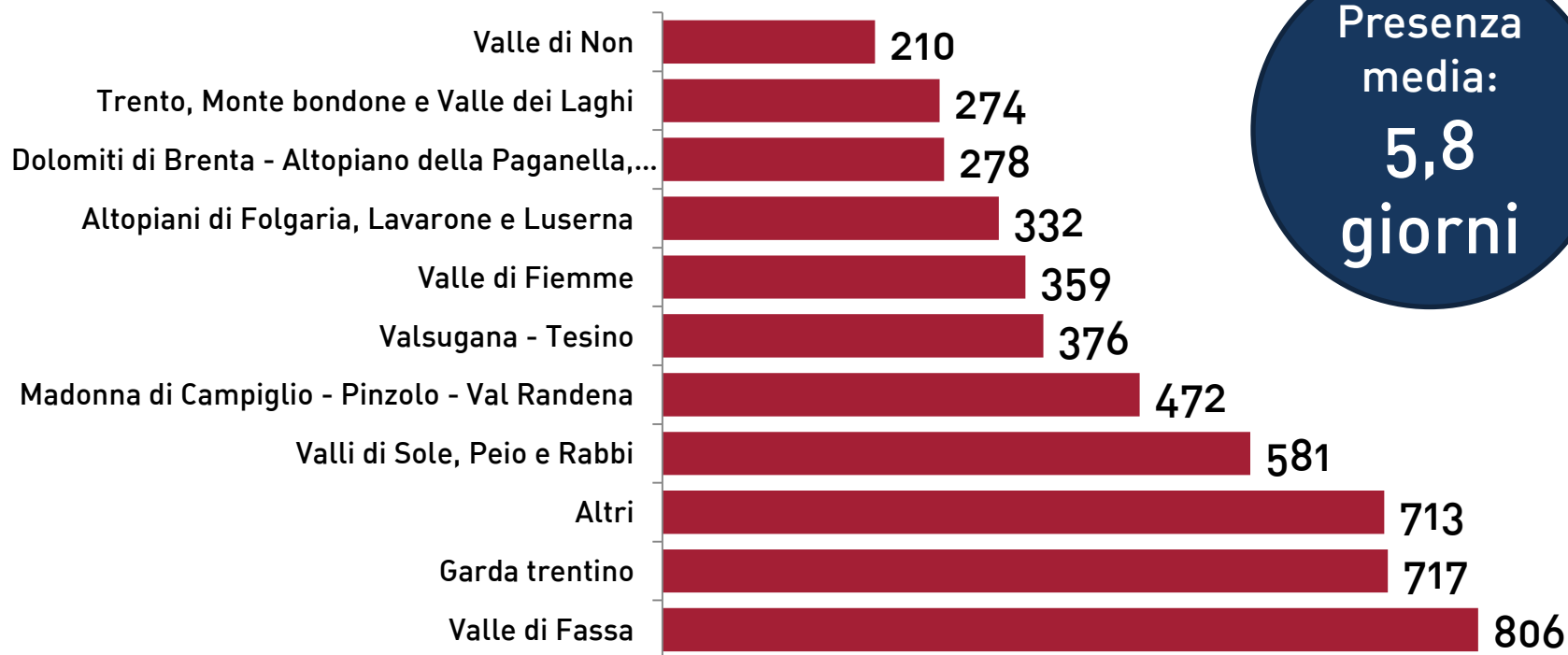
Presenza media in giorni (2013)

Esercizi Alberghieri	4,3
Esercizi complementari	5,3
Alloggi privati	8,8
Seconde case	8,3

Arrivi negli esercizi alberghieri per stato estero di provenienza

	2010	2011	2012	2013
 <p>Germania</p> <p>Share 41% +19%</p>	349.396	387.614	402.326	416.483
Polonia	70.940	66.924	68.079	70.789
Regno Unito	62.153	60.117	61.334	61.805
Austria	60.012	63.536	63.975	56.642
Repubblica Ceca	55.292	49.581	53.901	53.190
 <p>Russia</p> <p>Share 41% +3%</p>	19.369	25.857	29.479	34.637
Svizzera	30.241	29.605	31.339	34.523
Altri stati europei	193.971	196.552	201.173	202.764
Totale Europa	854.311	894.170	928.137	952.501
TOTALE	895.944	940.552	976.923	1.009.999

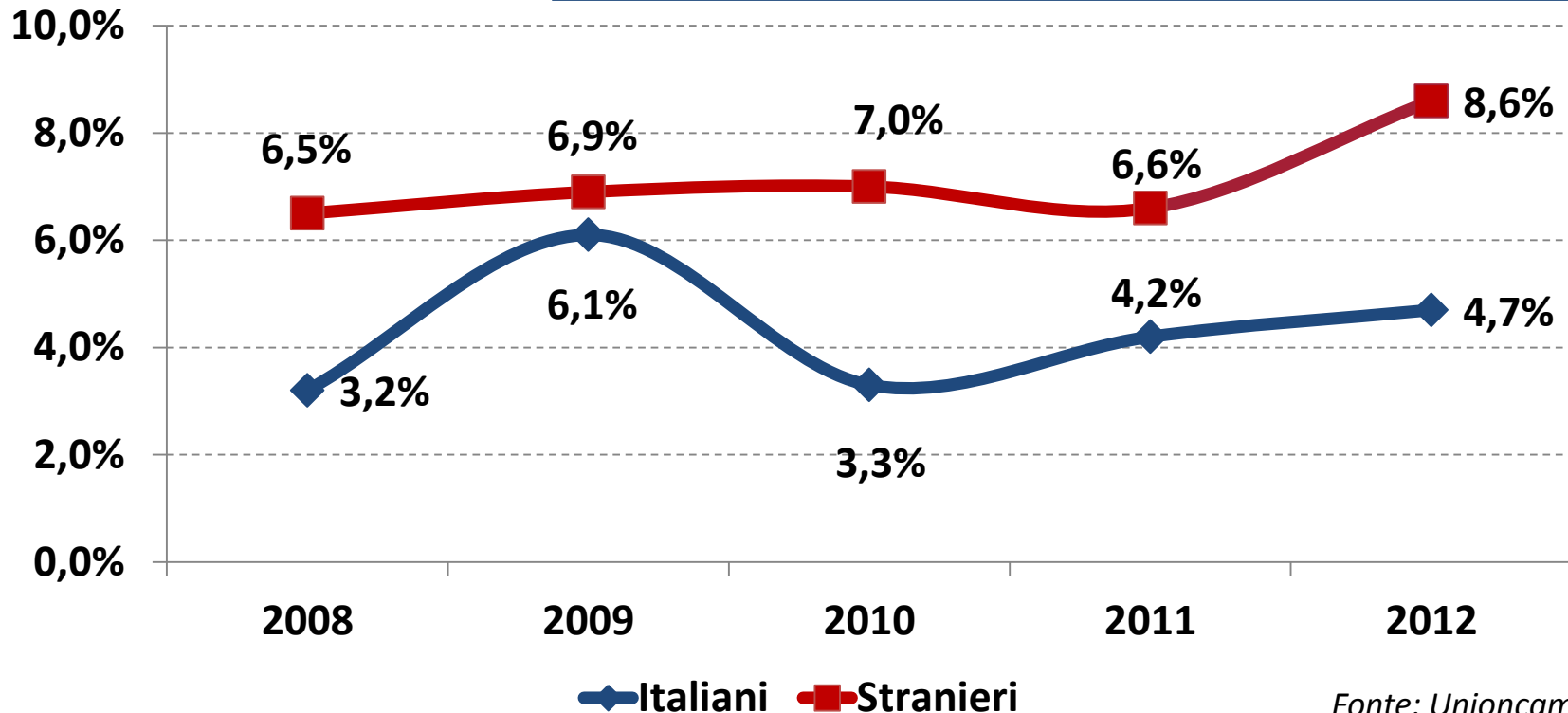
Arrivi per ambito turistico (2013, migliaia di arrivi)



I risvolti economici: diretti e indiretti

% del totale turisti in Italia che dichiarano la scelta del nostro territorio per interessi enogastronomici

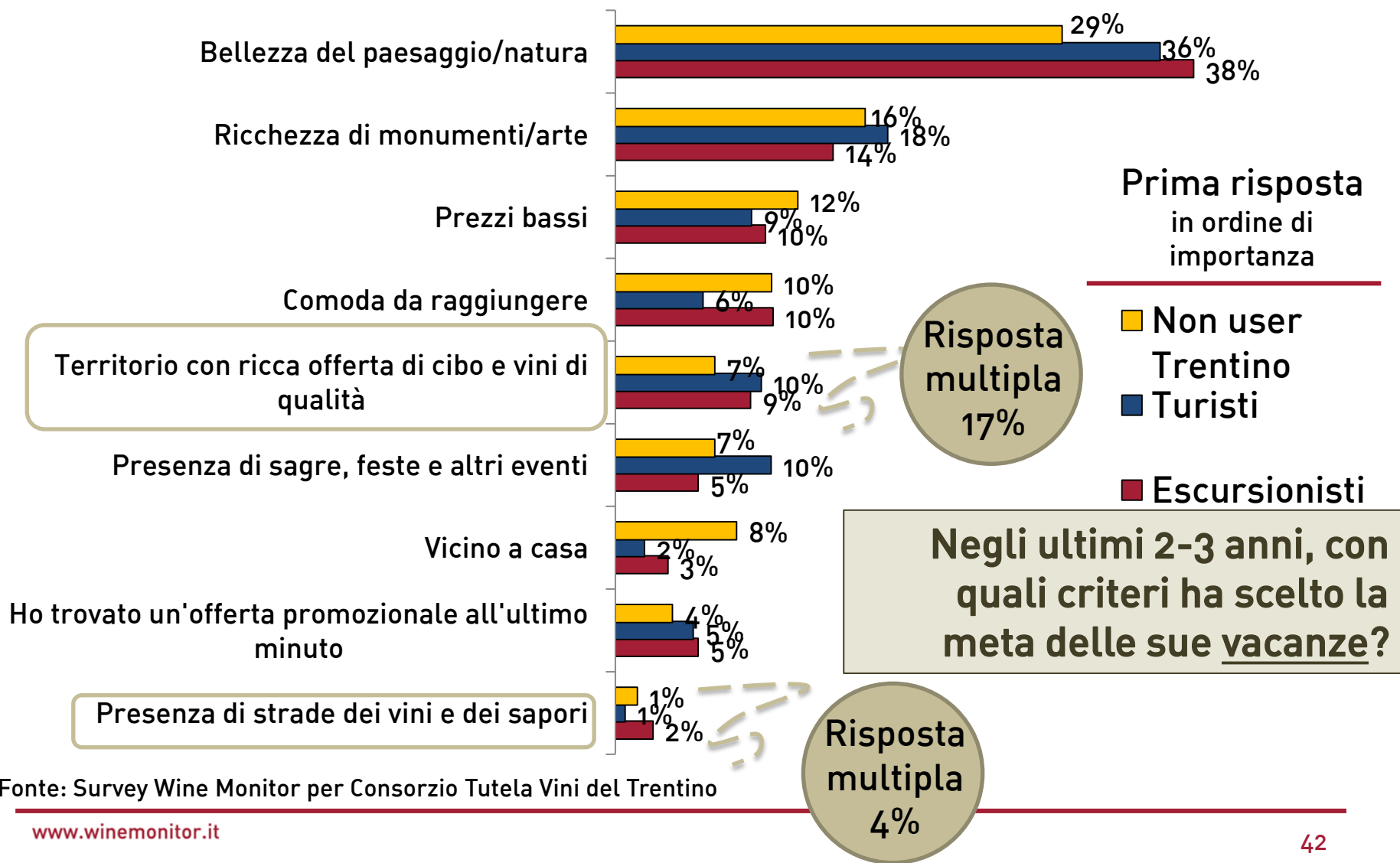
Il valore del turismo del vino è stimabile in 3 miliardi di euro fra fatturato diretto e indotto; ogni euro pagato in cantina, ne genera altri 4 nella stessa zona.



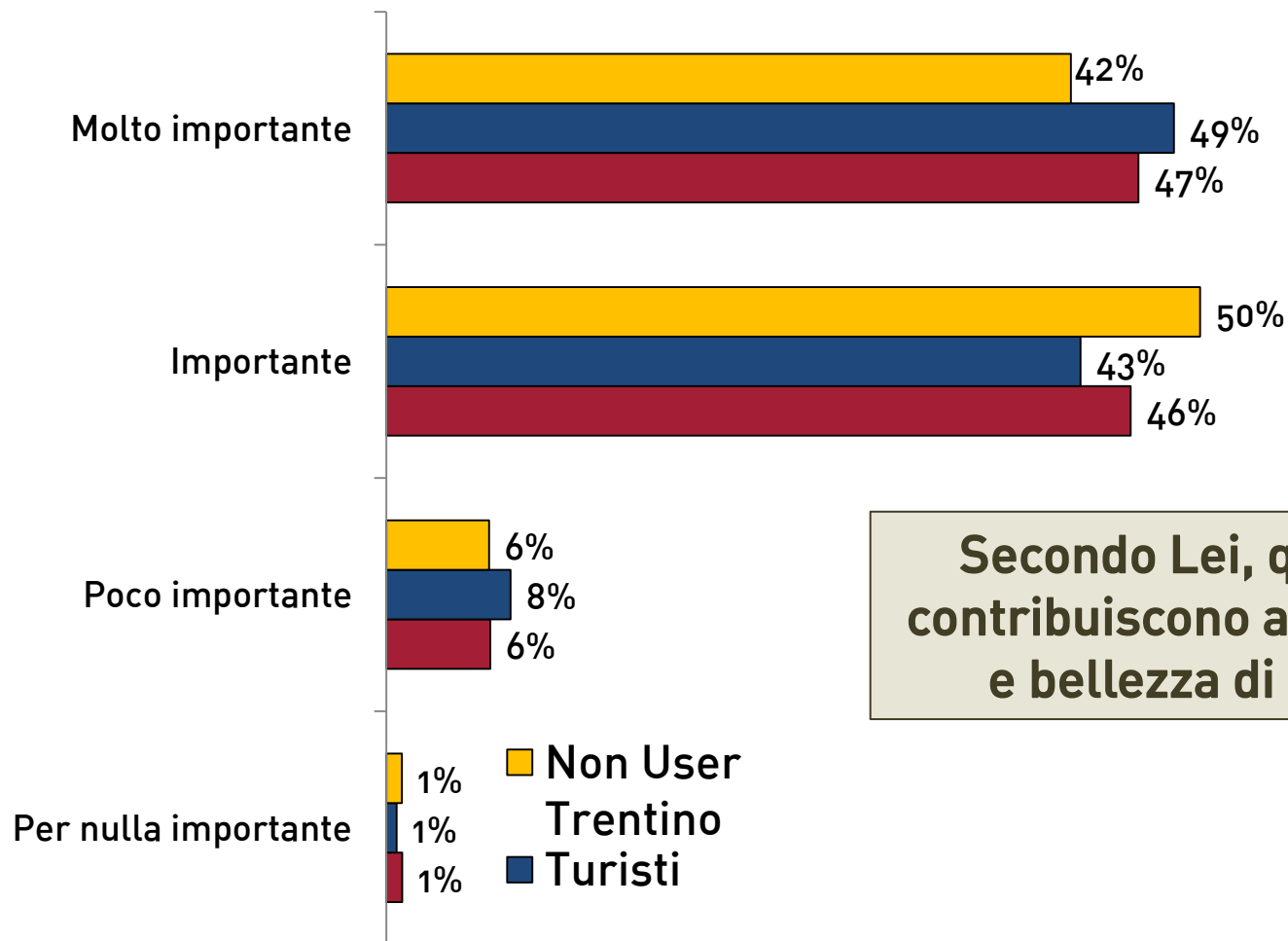
Fonte: Unioncamere

Needs e percezione del turista e dell'escursionista

Criteri di scelta delle destinazioni di vacanze/escursioni



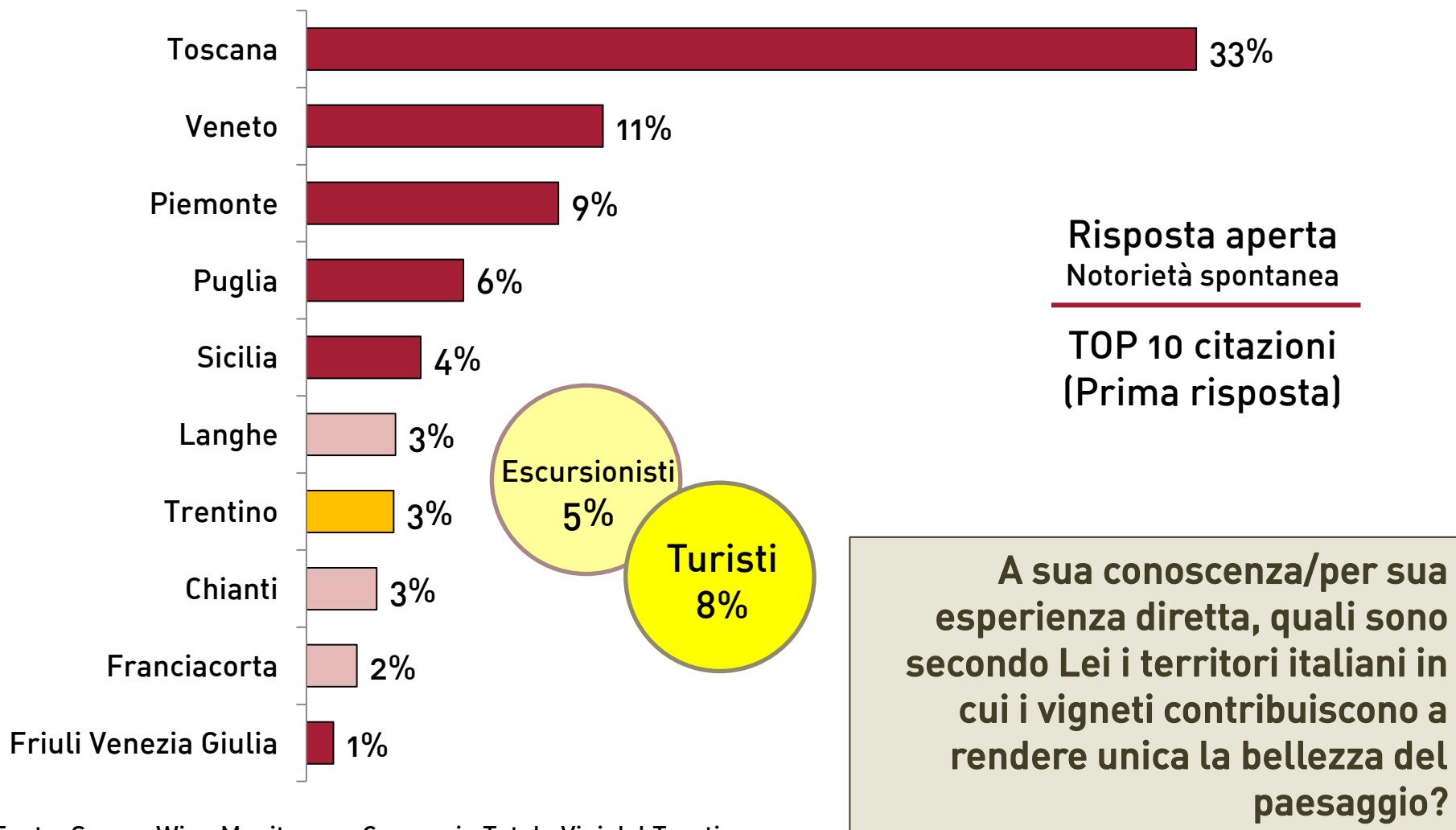
Unicità di un paesaggio: l'importanza dei vigneti /1



Secondo Lei, quanto i vigneti contribuiscono a creare unicità e bellezza di un paesaggio?

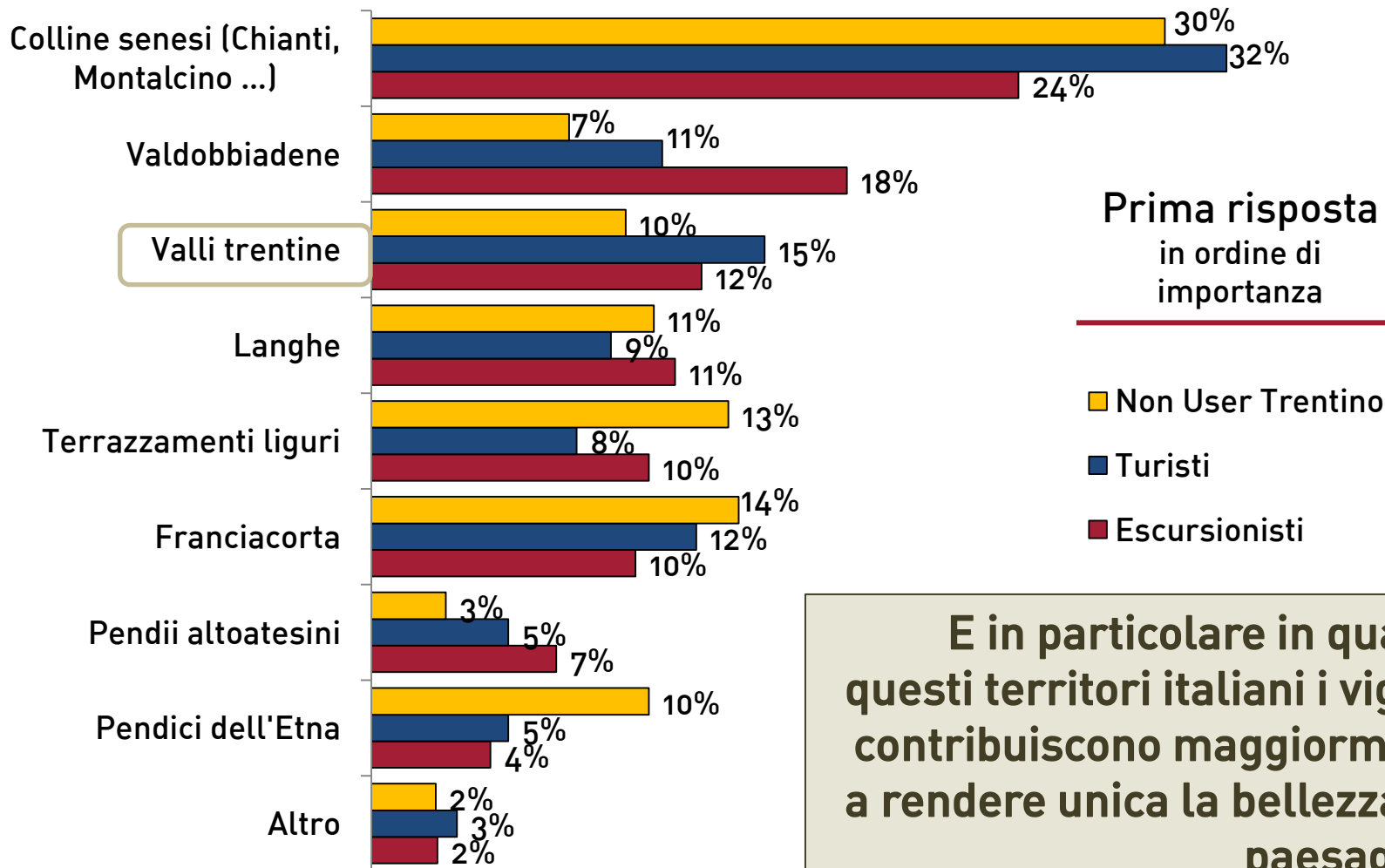
Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Unicità di un paesaggio: l'importanza dei vigneti /2



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

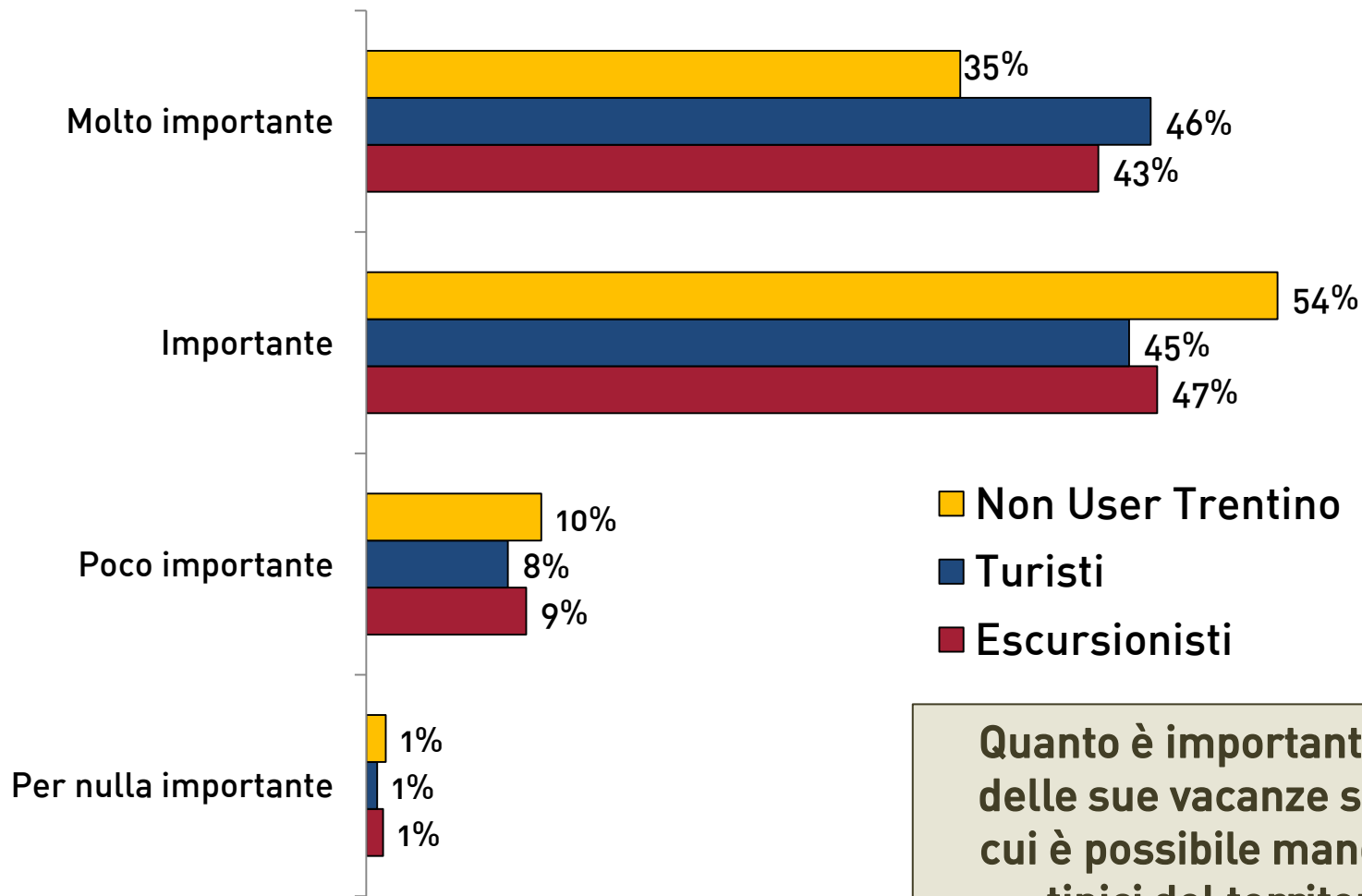
Unicità di un paesaggio: l'importanza dei vigneti /3



E in particolare in quali di questi territori italiani i vigneti contribuiscono maggiormente a rendere unica la bellezza del paesaggio?

Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

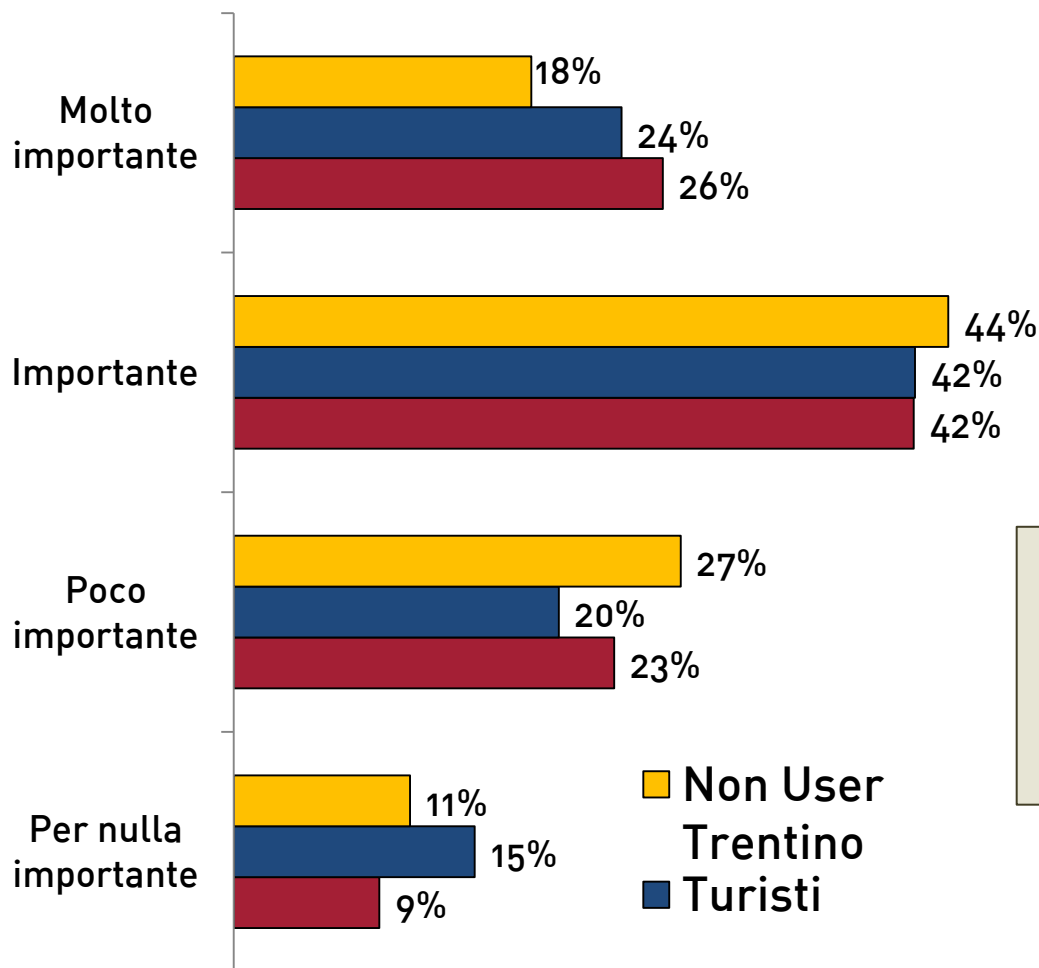
Vacanze/escursioni: l'importanza dei prodotti tipici



Quanto è importante che la meta delle sue vacanze sia un luogo in cui è possibile mangiare prodotti tipici del territorio di qualità?

Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Vacanze/escursioni: l'importanza dei vini di qualità



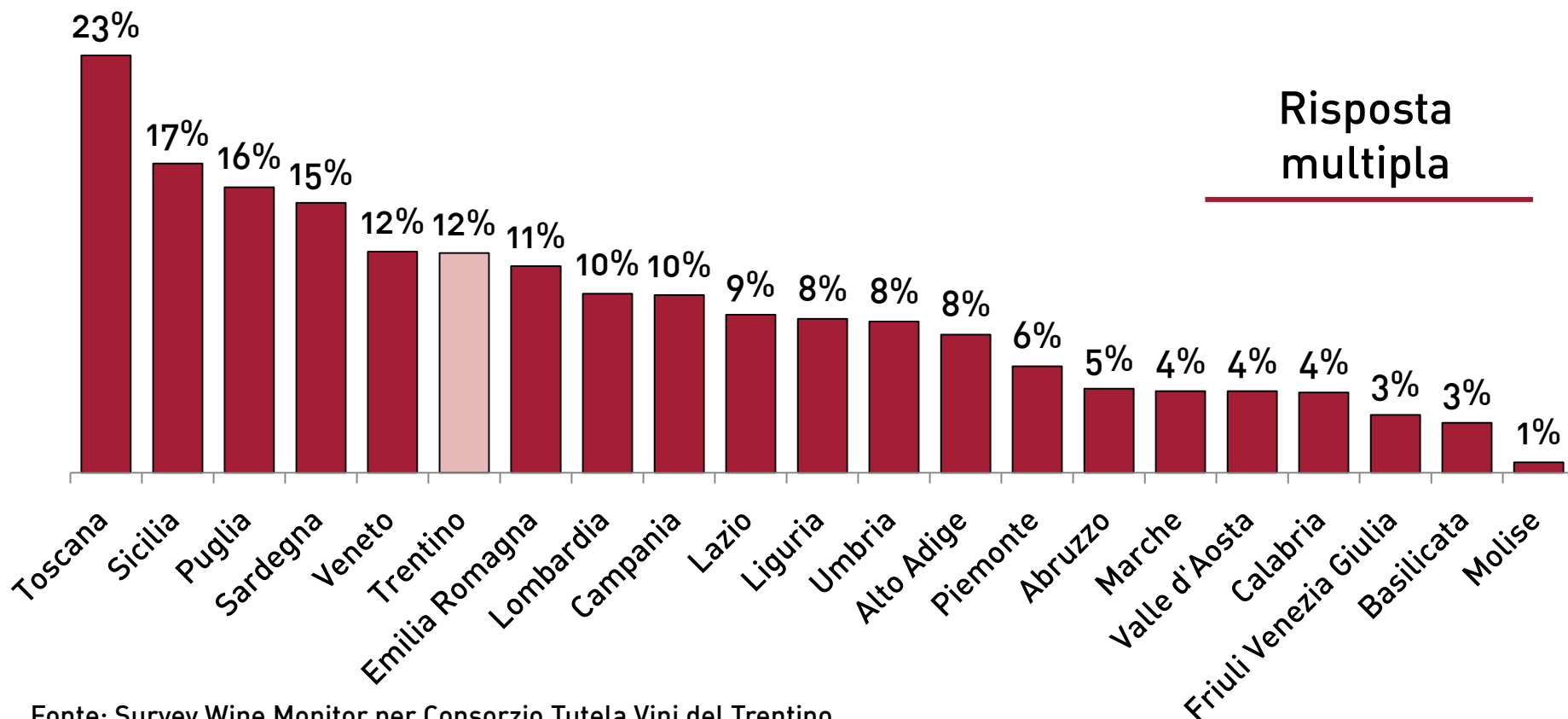
Quanto è importante che la meta delle sue vacanze sia un luogo in cui è possibile bere vini di qualità?

Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

La Brand Equity del Trentino

Mete POP: luogo ideale per vacanze ed escursioni

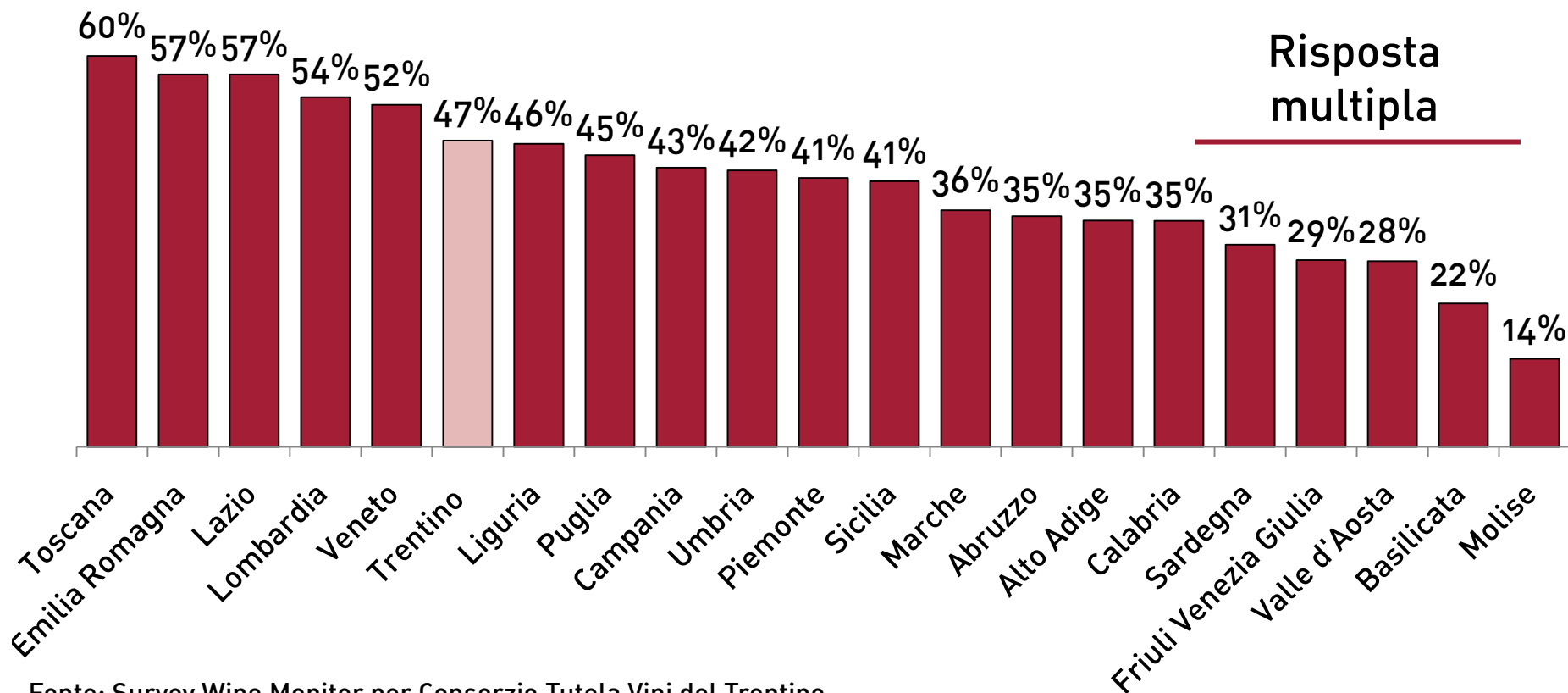
Quando pensa alla meta preferita per le vacanze o per le escursioni/gite in giornata, quale regione italiana le viene in mente?



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

TRIAL - Regioni italiane mete di vacanza ed escursione

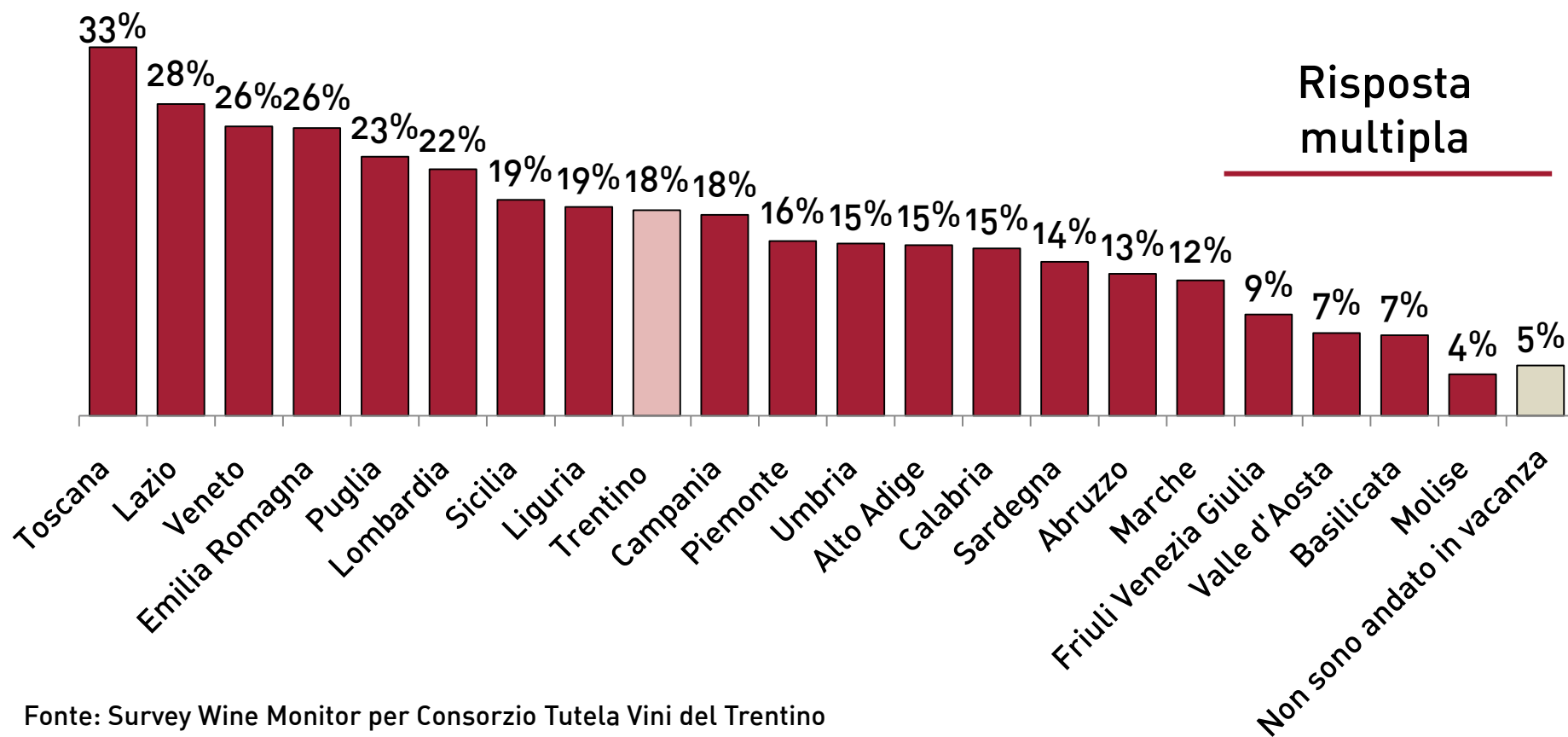
Quali di queste regioni ha visitato, per una vacanza o per un'escursione/gita in giornata, almeno una volta nella sua vita?



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Regioni italiane visitate per vacanze negli ultimi 2/3 anni

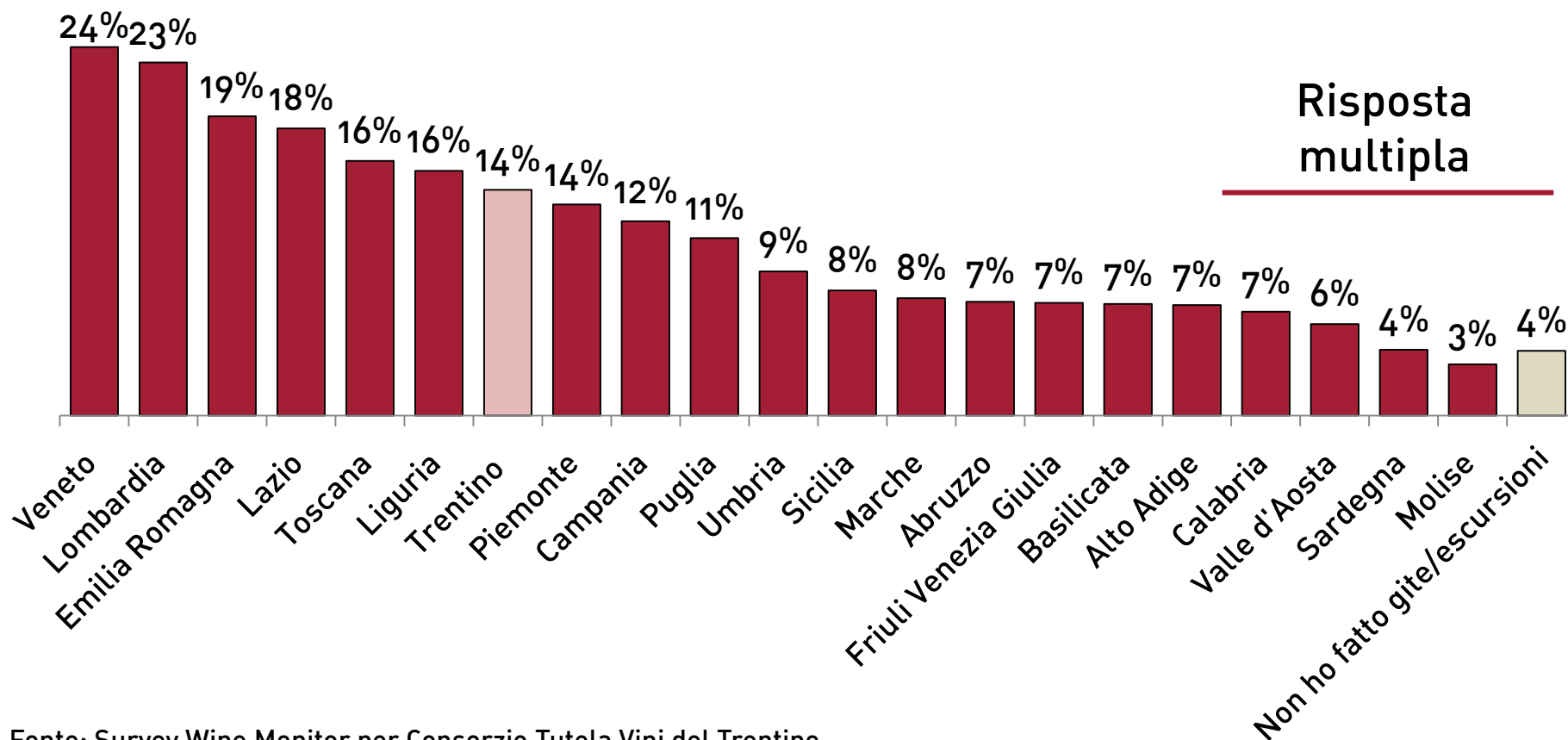
Quali di queste regioni ha visitato, per una vacanza di almeno qualche giorno, almeno una volta negli ultimi 2/3 anni?



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Regioni italiane visitate per escursioni/gite in giornata negli ultimi 2/3 anni

Quali di queste regioni è stata invece mete di un'escursione/gita con rientro in giornata, almeno una volta negli ultimi 2/3 anni?



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Indicatori di Brand Equity del Trentino

Awareness

95

Reputation
Mete POP/Ideali

12

Conversion Rate

Rapporto tra trial-almeno 1 volta e awareness: esprime la capacità di tradurre awareness in trial

49

Retention Rate

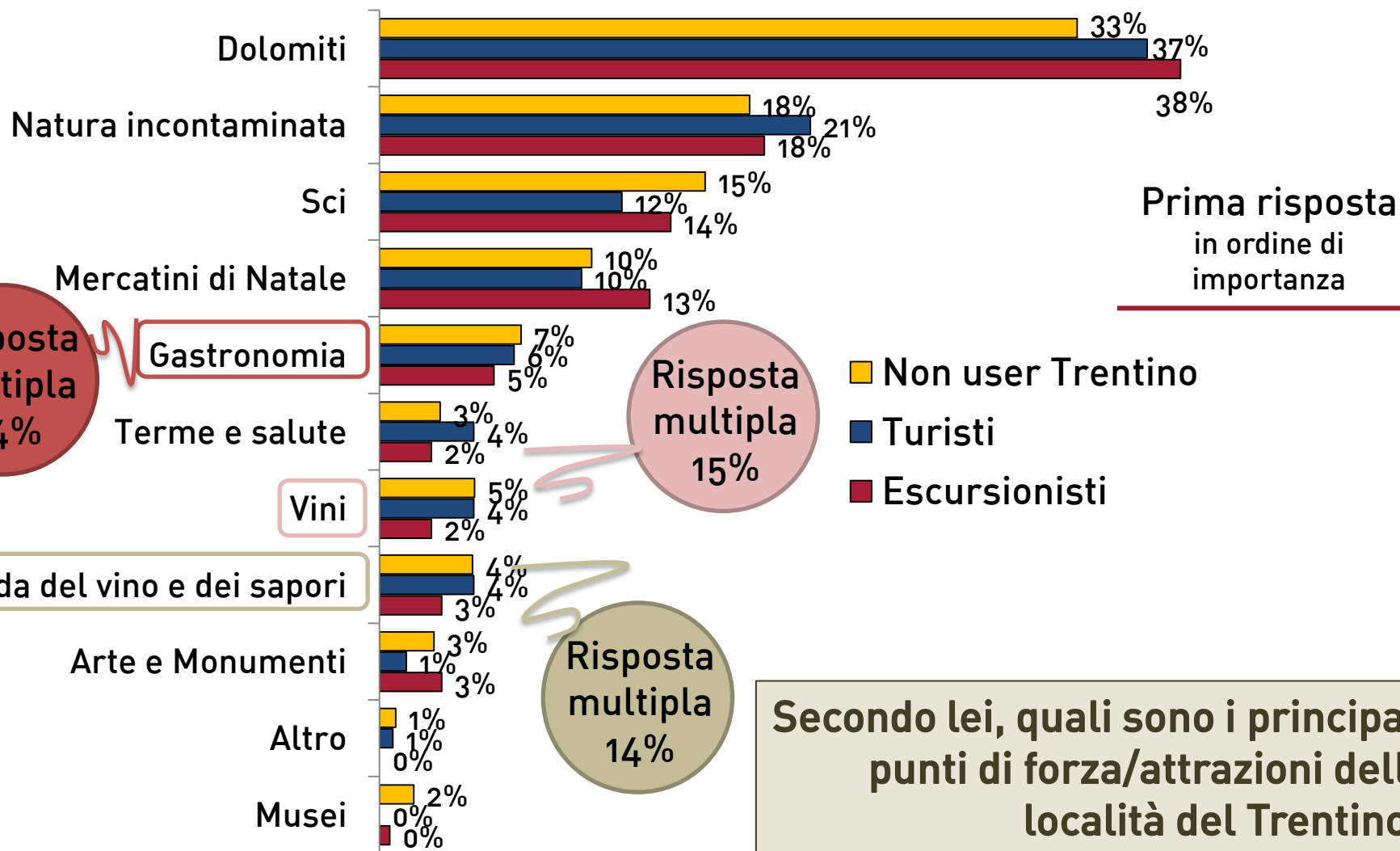
Rapporto tra esperienza recente e trial-almeno 1 volta: esprime la capacità del brand Trentino di creare fedeltà oltre al trial

39

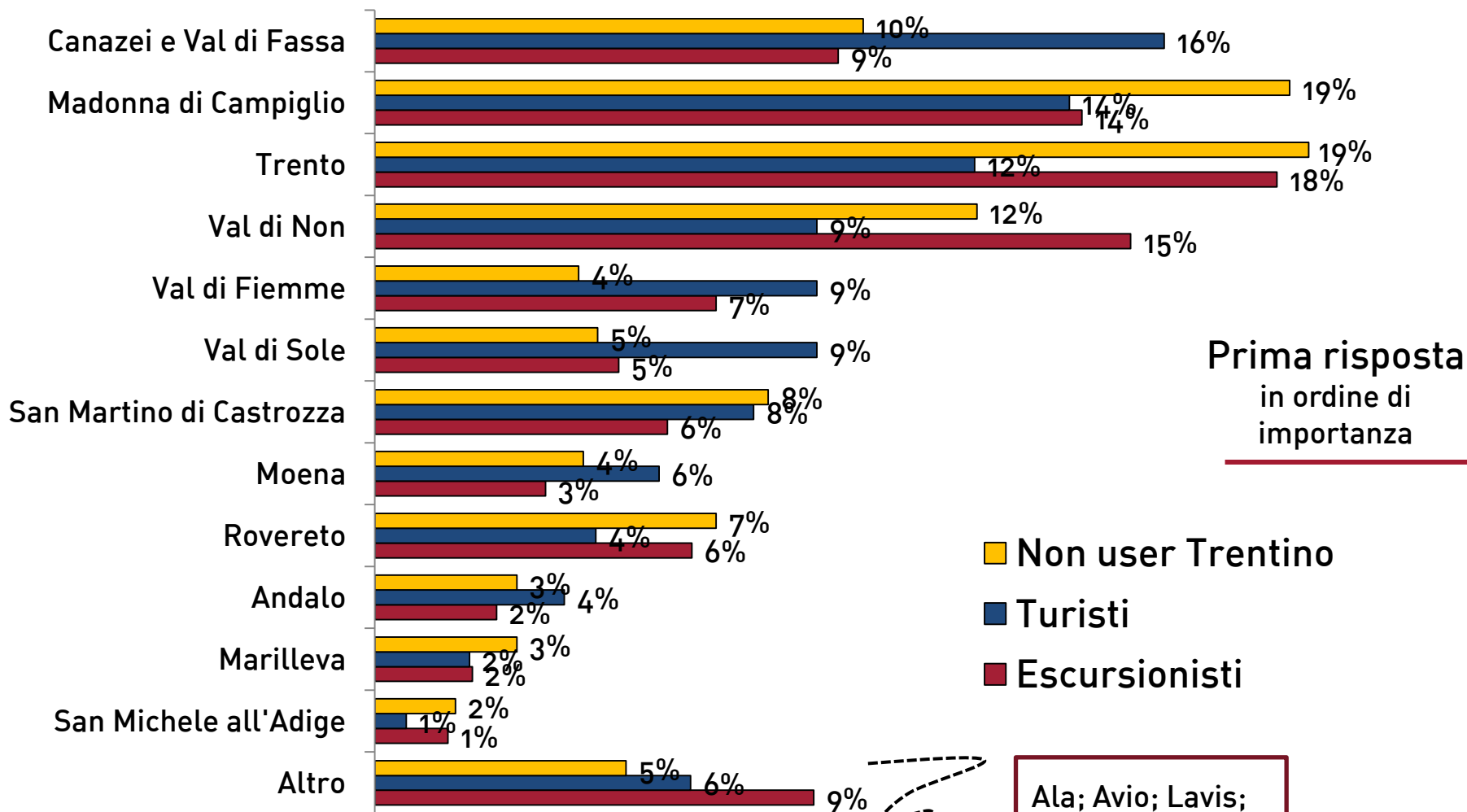
Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Mappa valoriale percepita per il territorio del Trentino

Punti di forza/Attrazioni del Trentino



Pensi ora al Trentino; quali sono le prime località che le vengono in mente?



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Ala; Avio; Lavis;
Piana Rotaliana;
Val di Cembra;
Vallagarina.

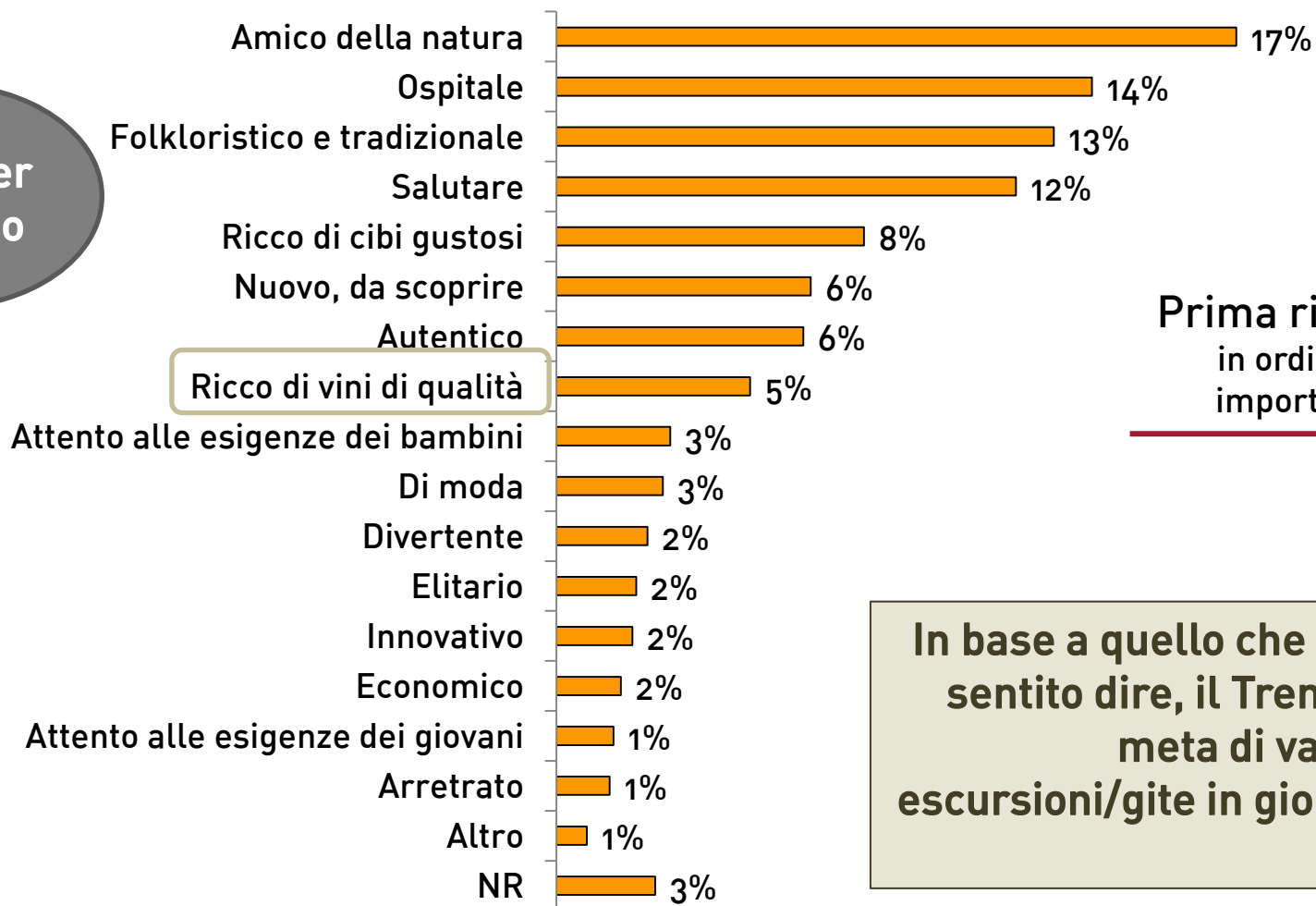
Le immagini evocate dal Trentino /1



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Le immagini evocate dal Trentino /2

Non user
Trentino

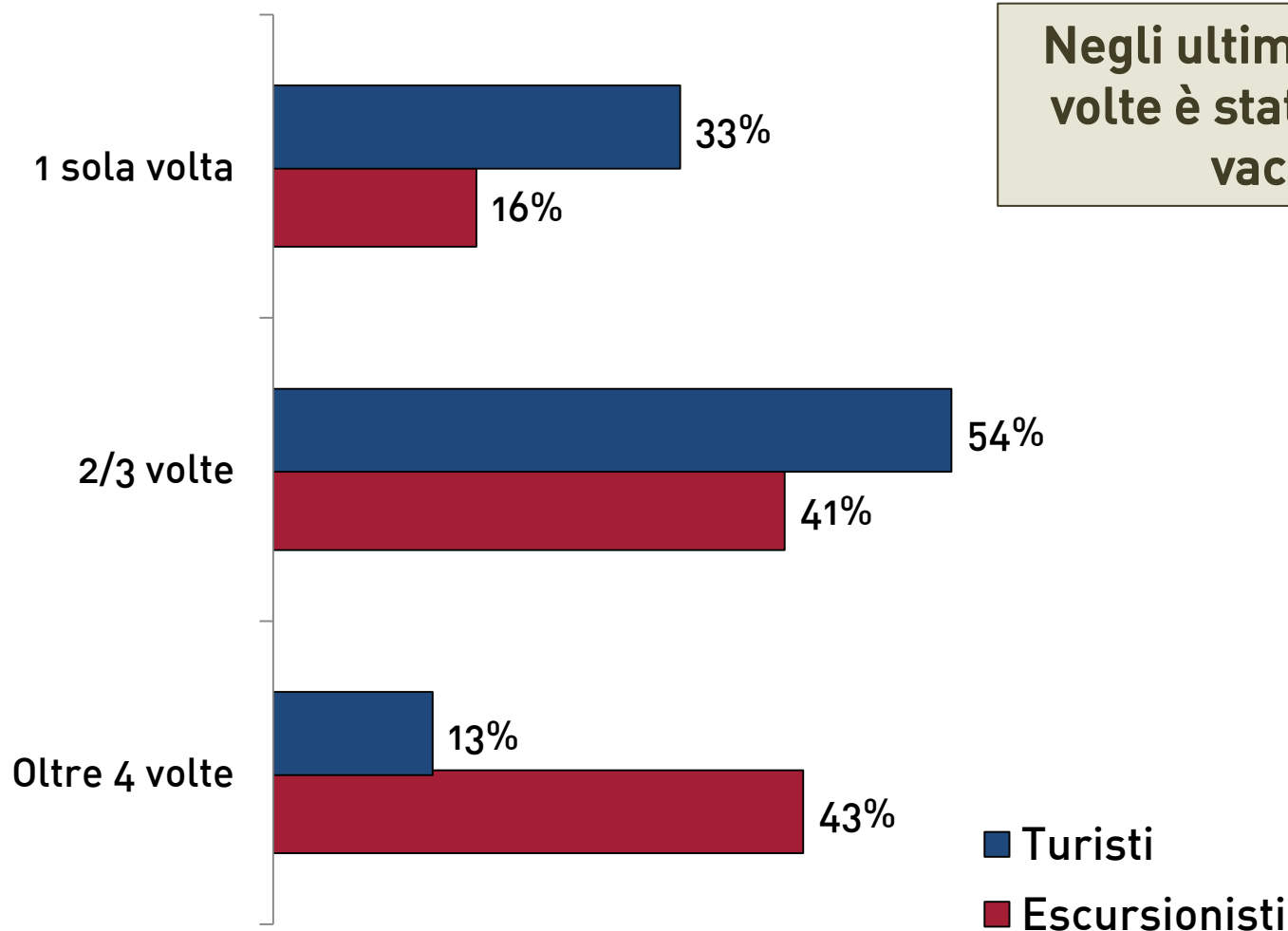


Prima risposta
in ordine di
importanza

In base a quello che lei sa o ha sentito dire, il Trentino come meta di vacanza o di escursioni/gite in giornata è un luogo...

Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Frequenza delle vacanze/escursioni in Trentino

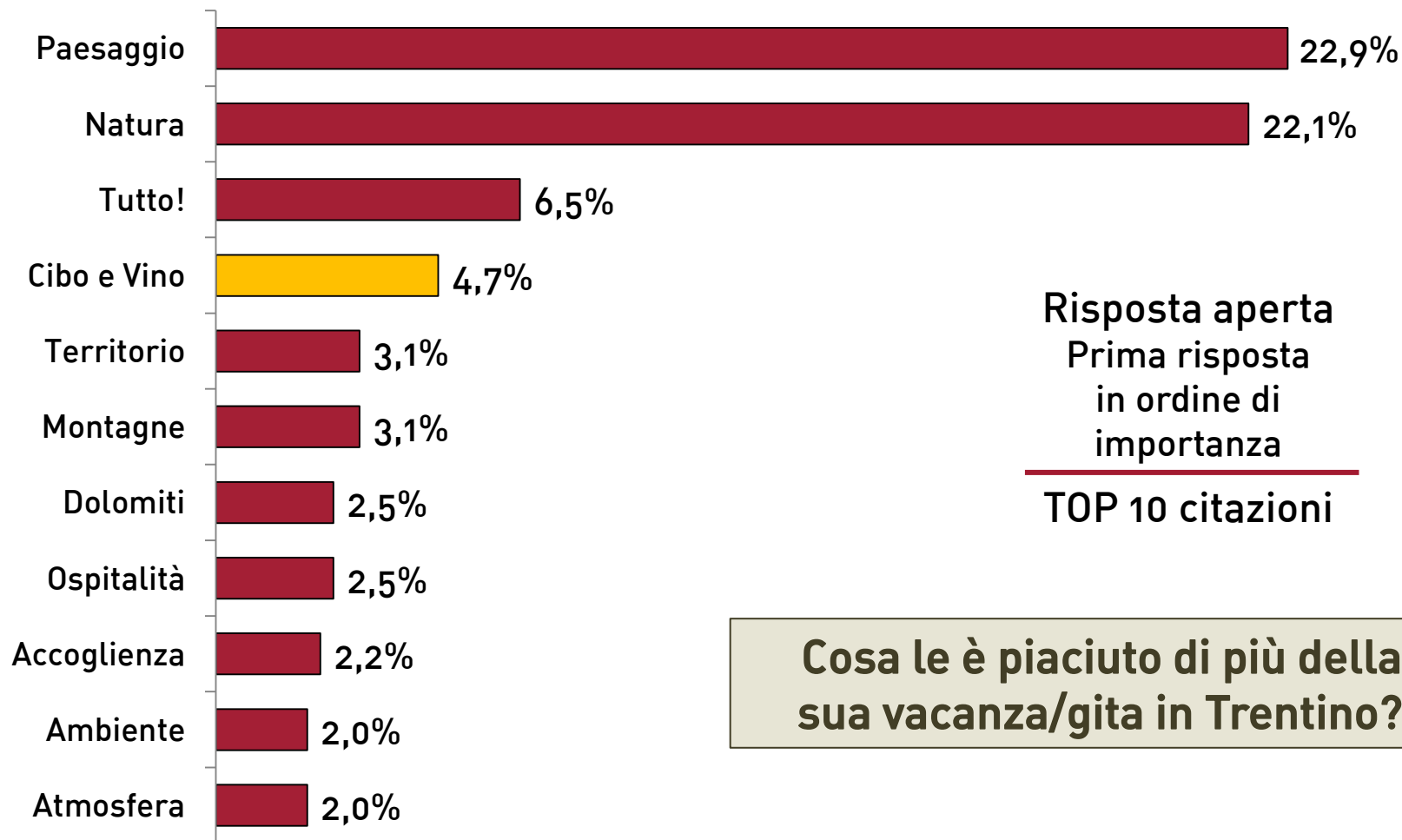


Negli ultimi 2-3 anni, quante volte è stato in Trentino (per vacanza/escursioni)?

26%
è stato in Trentino per vacanze o escursioni negli ultimi 2/3 anni

Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Ricordi delle vacanze/gite in Trentino

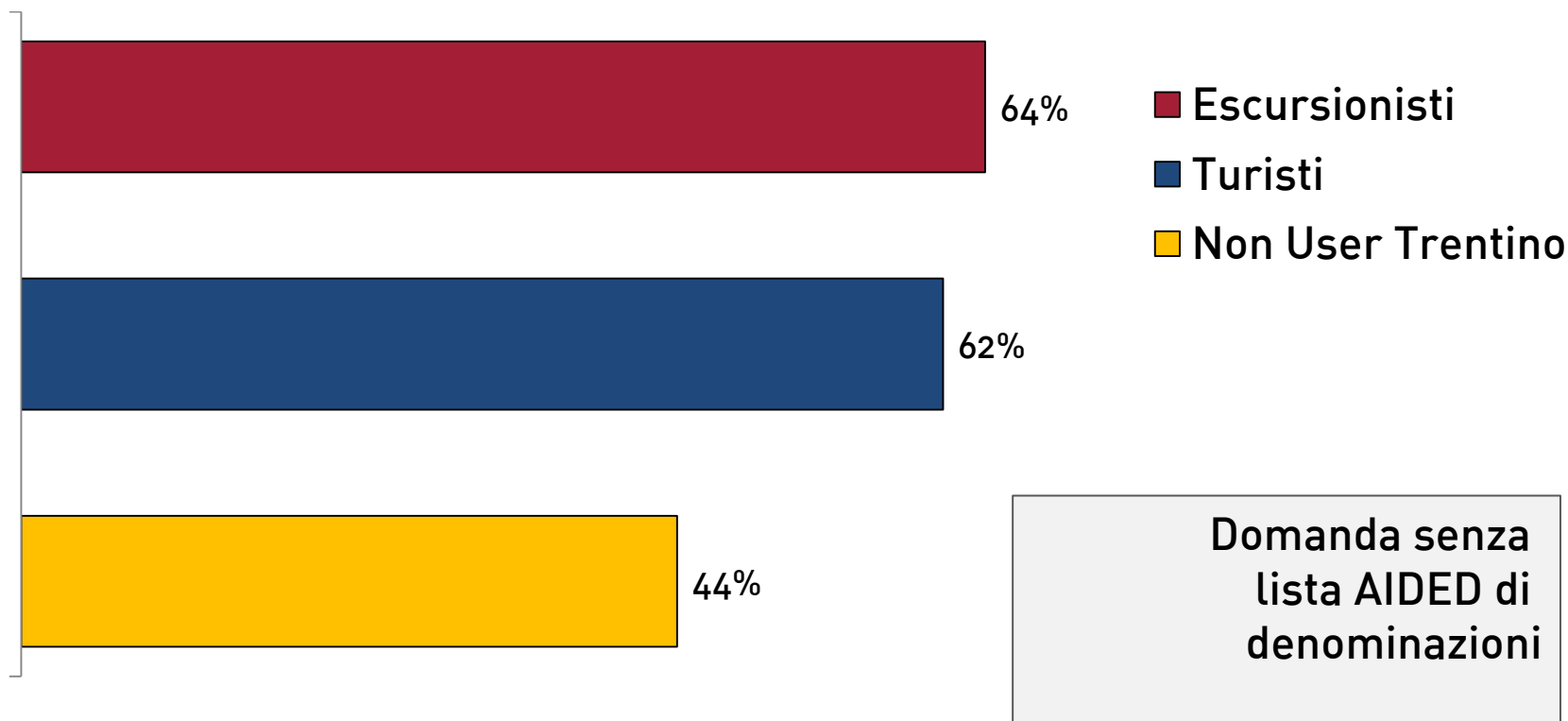


Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Awareness dei vini trentini

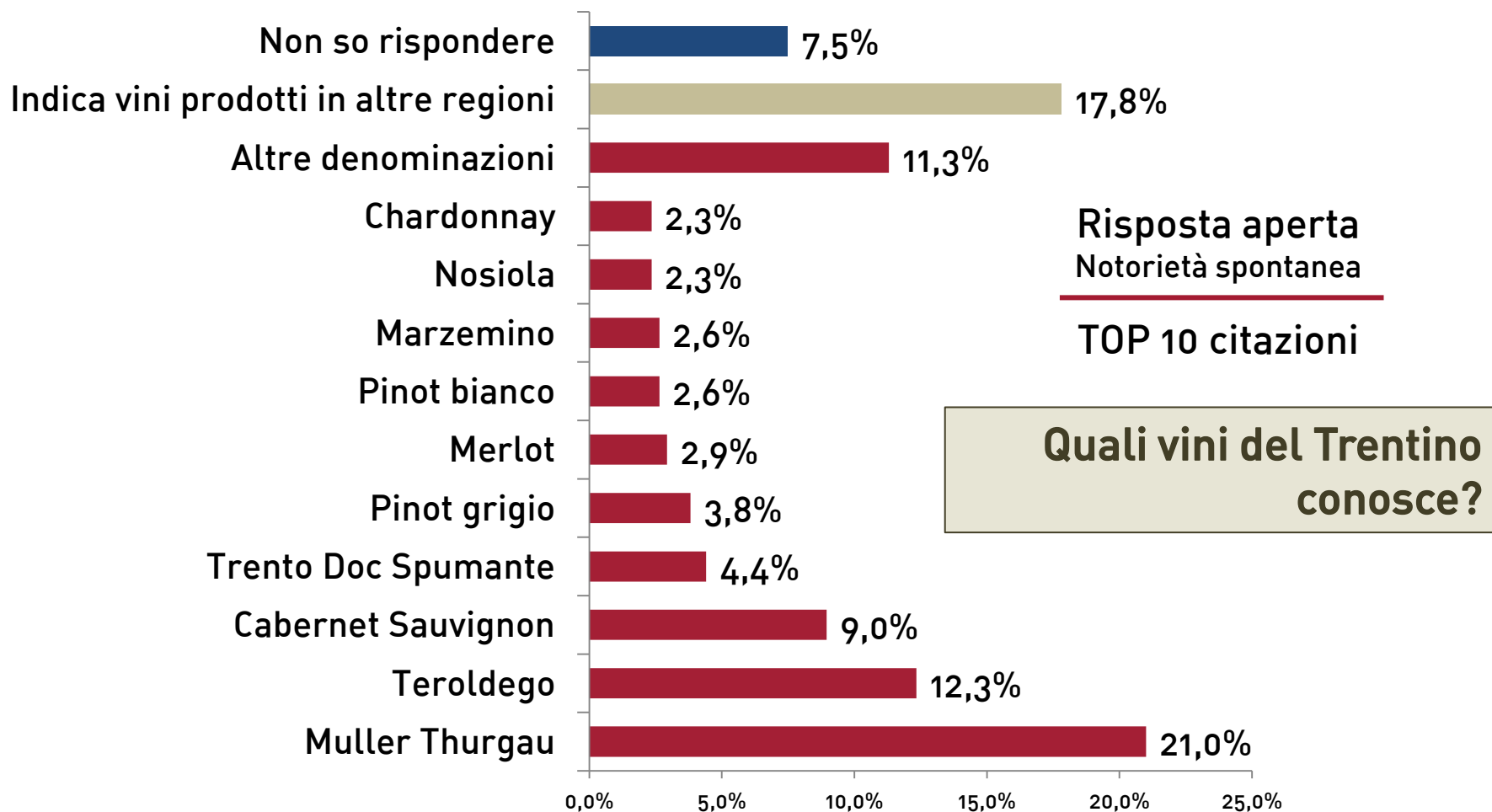
Awareness dei vini del Trentino

Il Trentino è una regione che produce vini.
Conosce qualche vino del Trentino?
(% di risposte affermative)



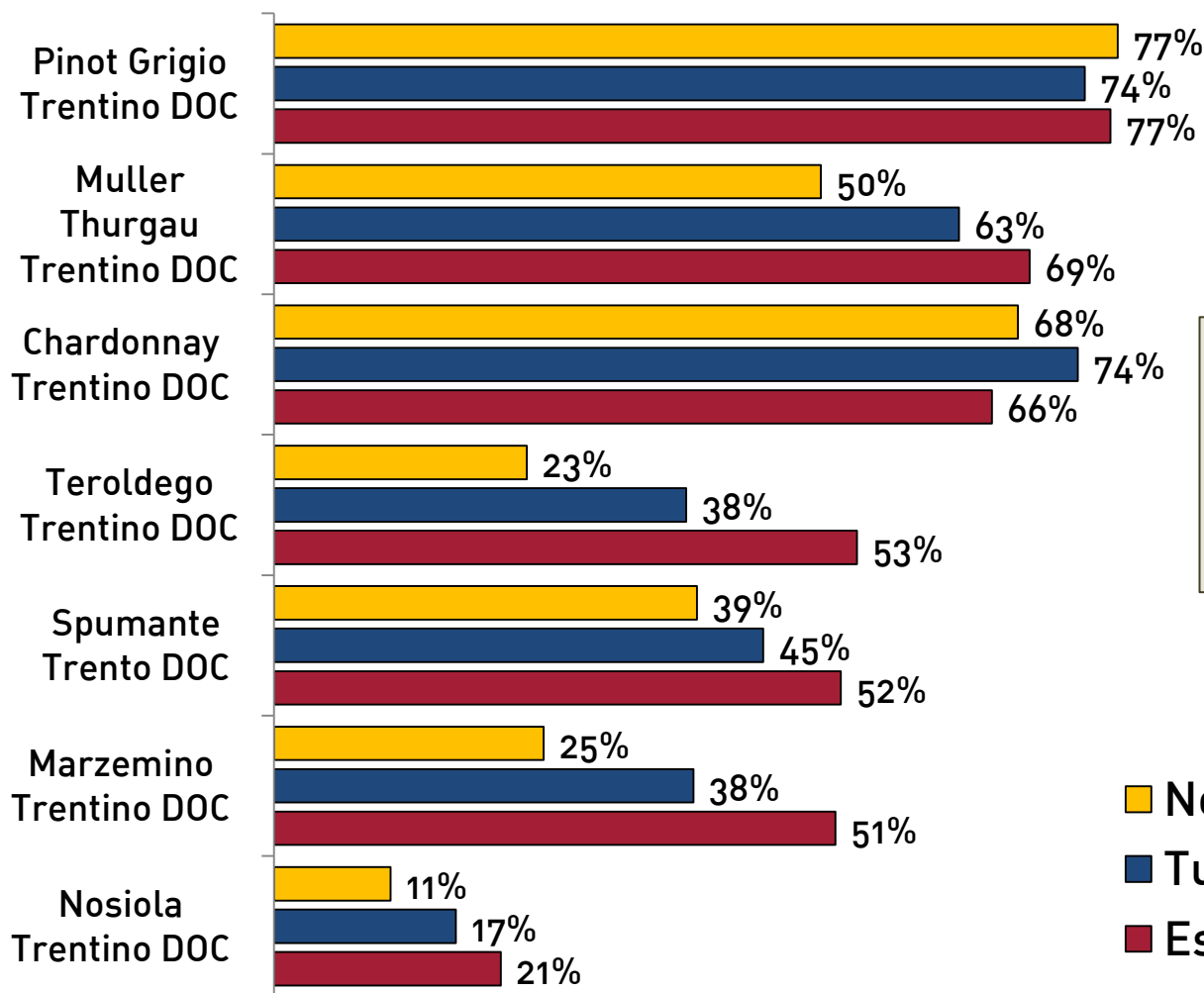
Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Notorietà spontanea dei vini del Trentino



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Notorietà assistita dei vini del Trentino



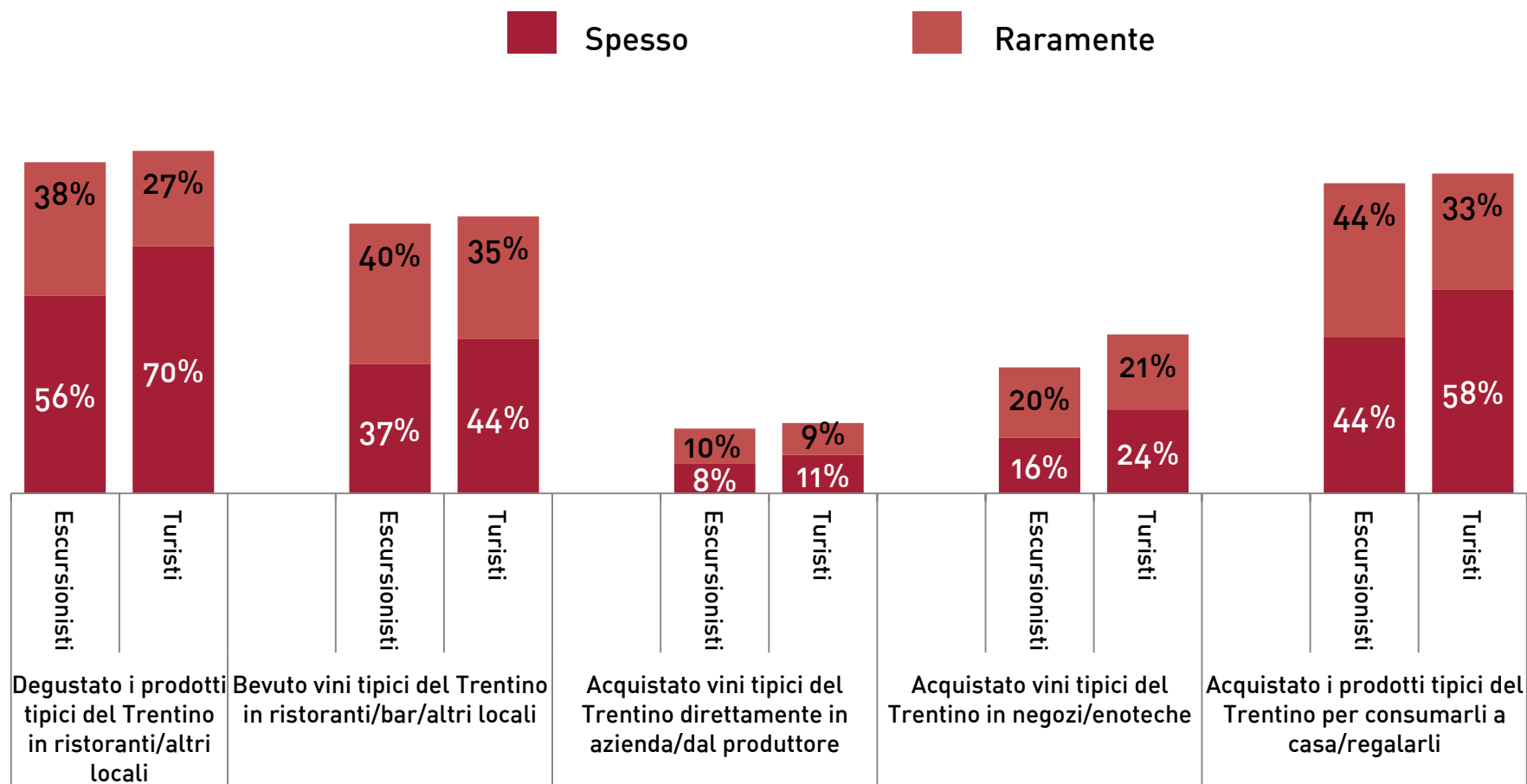
Risposta:
CONOSCO

Di seguito un elenco dei principali vini del Trentino. Quali di questi conosce?

- Non user Trentino
- Turisti
- Escursionisti

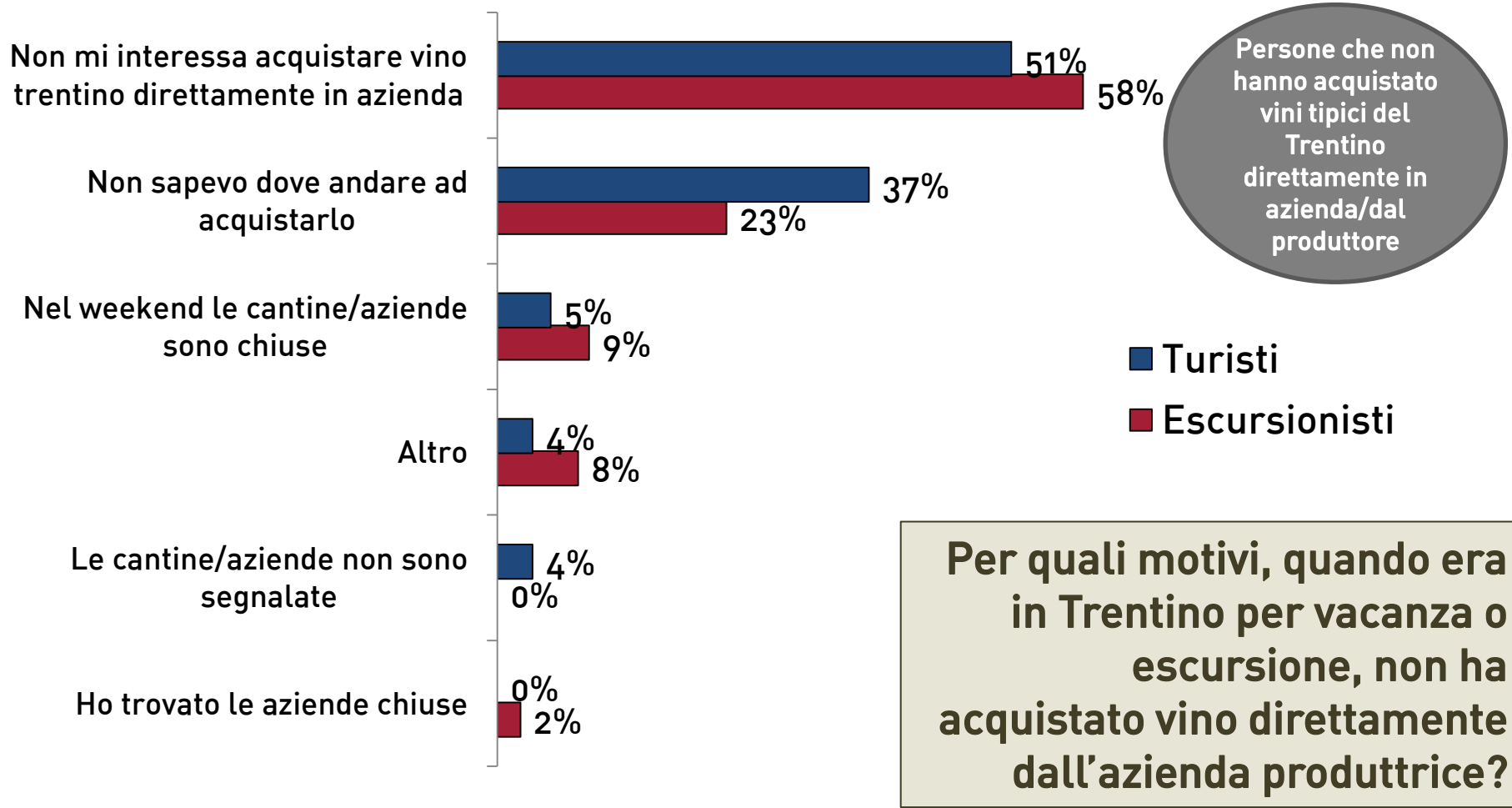
Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Durante il periodo di vacanza/escursione in Trentino, Lei ha...



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

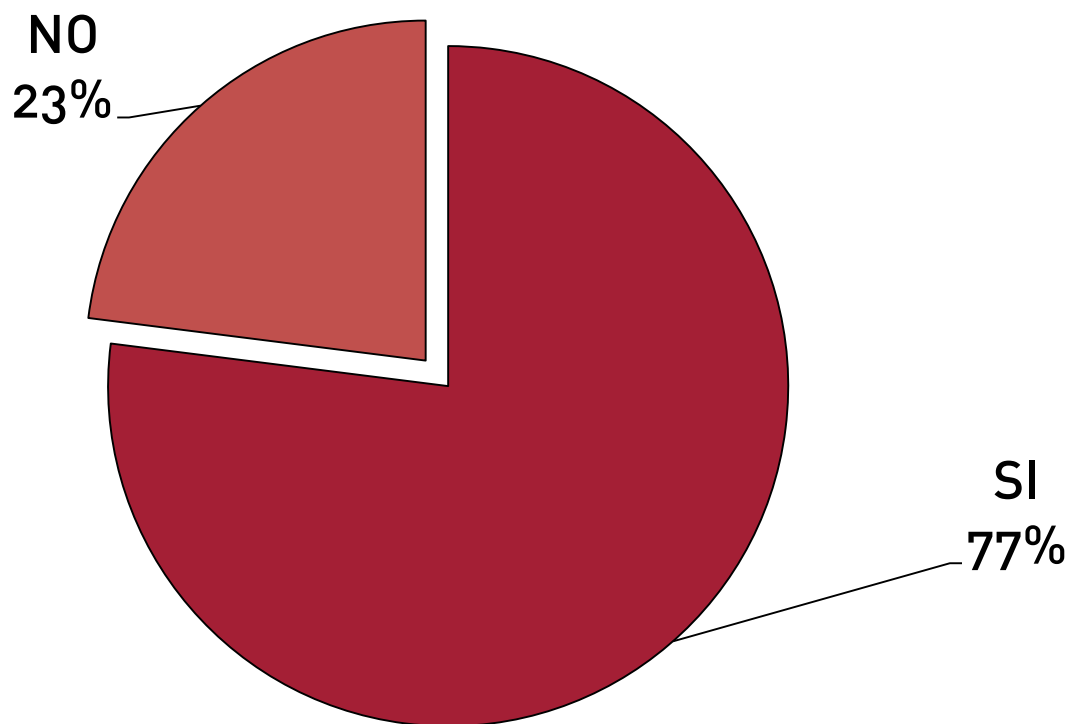
Motivazioni di chi non ha acquistato vini trentini direttamente in azienda



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

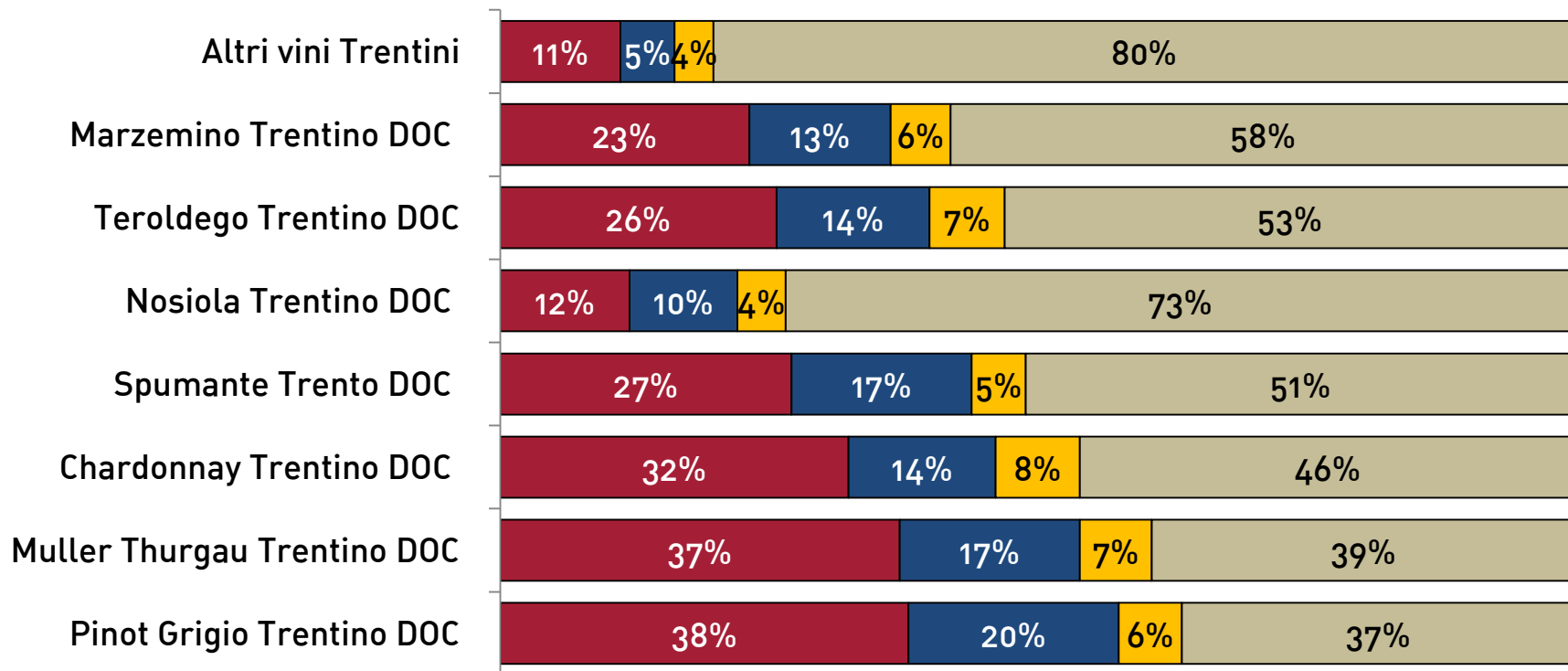
Consumo dei vini trentini

Ha degustato vini trentini mentre era in vacanza/escursione in Trentino?



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Acquisto di vini del Trentino a denominazione



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

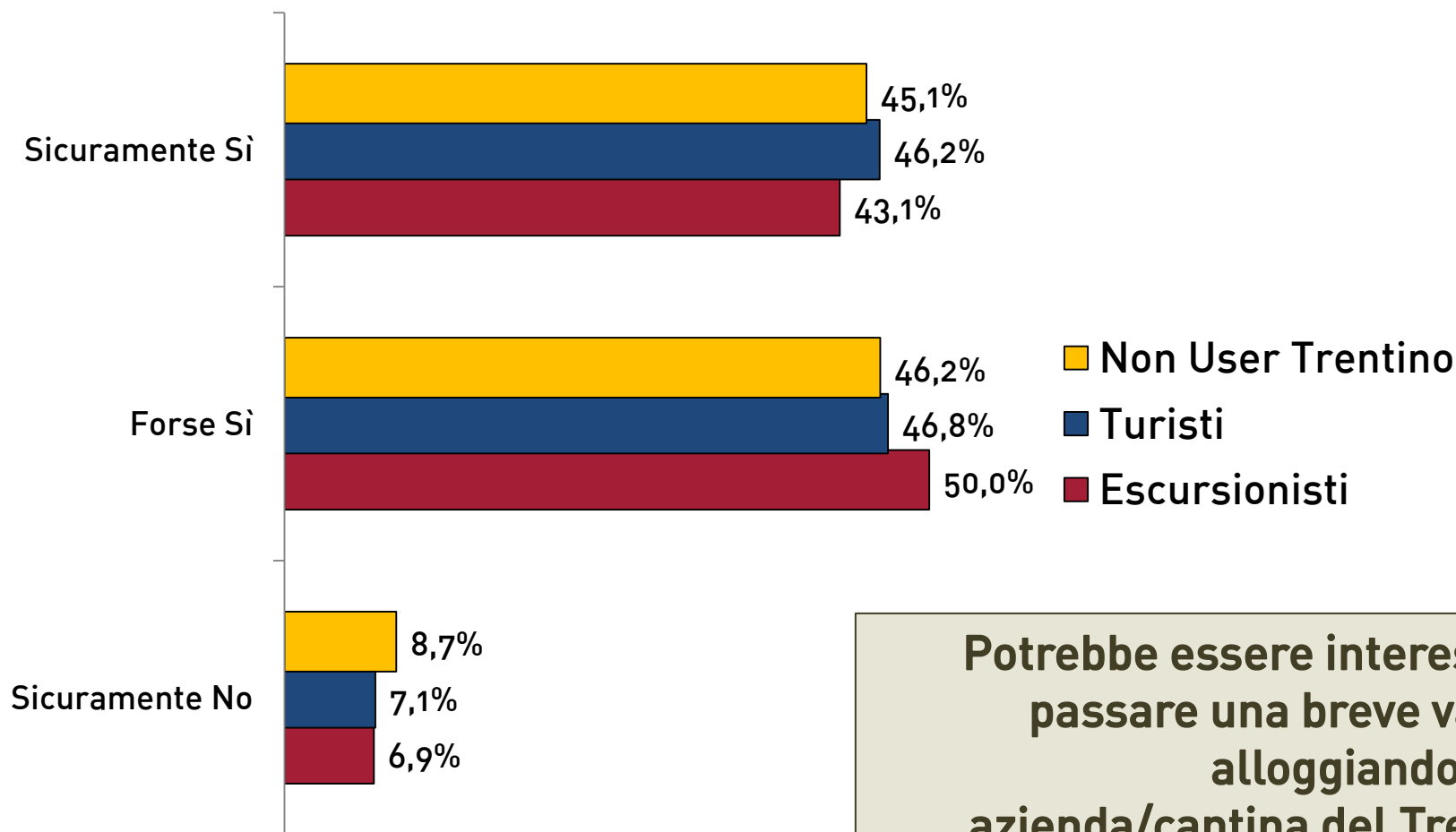
■ Degustato in ristoranti/bar/altri locali

■ Acquistato in negozi/enoteche

■ Acquistato direttamente in azienda

■ Non ho degustato nè acquistato questo tipo di vino mentre ero in vacanza/escursione in Trentino

Alloggio in azienda/cantina: interesse potenziale



Fonte: Survey Wine Monitor per Consorzio Tutela Vini del Trentino

Wine Monitor è l'Osservatorio Nomisma sul mercato del vino

Per informazioni

Denis Pantini

Project Leader

denis.pantini@winemonitor.it

Silvia Zucconi

silvia.zucconi@nomisma.it

Emanuele Di Faustino

emanuele.difaustino@nomisma.it